

**De lo global a lo local:
modelos latinoamericanos y telenovela
en Europa Central y del Este.
El caso de Rumania**

Georgiana Lucia Dragota

Tesis doctoral dirigida por *Dra. María Luisa Ortega Gálvez*

Co-director *Dr. Manuel Álvaro Dueñas*

Doctorado en Lenguajes y Manifestaciones Artísticas y Literarias

Departamento de Lingüística General, Lenguas Modernas, Lógica y Filosofía de la
Ciencia y Teoría de la Literatura y Literatura Comparada



Universidad Autónoma de Madrid

2015

Índice

Introduction [English version].....	9
1. El sistema audiovisual rumano en contexto socio-histórico las transiciones a la democracia en Europa Central y del Este.....	29
1.1 Estudio comparativo de las transiciones a la democracia en los países de Europa Central y del Este.....	31
1.2 Las transiciones mediáticas en Europa Central y del Este.....	37
1.2.1 La teoría de la continuidad y el “habitus” y sus repercusiones en la configuración del audiovisual en los países de Europa Central y Oriental	38
1.2.2 Liberalización y desregularización mediática. La economía de mercado en los países ex-socialistas	41
1.2.3 Perspectiva comparativa del panorama mediático de los países de Europa Central y del Este	45
1.3 La situación del audiovisual en la Rumanía de la transición	49
1.3.1 La “tele-revolución” como desencadenante de la transición mediática en Rumania	50
1.3.2 El paisaje audiovisual rumano antes y después de la caída del comunismo: del monopolio al pluralismo.....	54
1.3.3. Apunte histórico sobre la televisión nacional pública y comercial	60
1.3.3.1. El periodo comunista: los inicios de la televisión pública.....	61
1.3.3.2. El periodo de la transición: reestructuración del sistema público y la aparición de los canales comerciales.....	63
1.3.4 Del monopolio a la desregularización, a través de las leyes nacionales del audiovisual y de las normativas europeas.....	69
1.3.4.1 La reglamentación del sistema audiovisual a nivel nacional.....	70
1.3.4.2. La reglamentación europea y su impacto en el sector audiovisual en Rumania como país miembro de la Unión Europea	76
2. Telenovela y soap opera. Orígenes y evolución, desde una perspectiva comparativa.....	81
2.1 La investigación del soap opera y de la telenovela a través de las décadas ...	83
2.1.1 Perspectivas norteamericanas.....	83
2.1.2 Enfoques latinoamericanos.....	85
2.1.3 Miradas europeas.....	91

2.2 Soap opera y telenovela: un género, múltiples características.....	95
2.2.1 La telenovela como género.....	96
2.2.1.1 Aproximación al concepto de “género”	96
2.2.2 La telenovela como género-producto de la industria cultural	102
2.2.3 Telenovela y <i>soap opera</i> – diferencias y similitudes.....	107
2.3 Orígenes y evolución de la telenovela en América Latina y Rumania.....	113
2.3.1 Del folletín a la radionovela y telenovela en América Latina	114
2.3.2 Antecedentes del melodrama en Rumania: del folletín a la telenovela	117
2.4 Los modelos latinoamericanos de telenovela.....	124
2.4.1 El modelo mexicano de telenovela.....	127
2.4.2 El modelo brasileño de telenovela.....	131
2.5 El encuentro de la ficción con la realidad en la telenovela	132
2.6 Entrecruces y complementariedad entre sentimientos e ideología	137
2.6.1 La telenovela como “espectáculo del sentimiento”	139
2.6.2 La telenovela como vehículo de contenidos sociales	143
 3. La globalización en clave económica y cultural: la transnacionalización de las telenovelas hacia Europa Central y del Este.....	 149
3.1 Estudios de la evolución de los flujos de series de ficción televisiva antes y después del periodo comunista en Europa Central y del Este.....	154
3.2 La transnacionalización de las narrativas audiovisuales de ficción seriada como sub-proceso del fenómeno de la globalización	159
3.2.1 Lógicas del alcance internacional de la programación televisiva y su presencia en Europa Central y del Este	160
3.2.2 Transnacionalización versus internacionalización	164
3.2.3 Las regiones cultural-lingüísticas y geo-culturales frente a la transnacionalización.....	167
3.3 La programación televisiva de la escasez a la disponibilidad en Europa Central y del Este.....	171
3.4 La telenovela, desde América Latina a Europa Central y del Este	173
3.4.1 La transnacionalización de la telenovela hacia los mercados de Europa Central y Oriental.....	174
3.4.2 La presencia de la telenovela en Europa Central y del Este	176
3.5 El papel de la transnacionalización en el desarrollo de la producción nacional en los países de Europa Central y del Este	183

3.6 La presencia de las telenovelas latinoamericanas en Rumania.....	186
3.6.1 Claves del éxito de las telenovelas latinoamericanas: ¿qué gusta al público rumano?	190
3.6.2 Lógicas de adquisición y selección de las telenovelas latinoamericanas	194
3.6.3 Lógicas de transmisión de las telenovelas y segmentos de audiencia correspondientes	197
3.6.4 Muestra ilustrativa de telenovelas latinoamericanas exitosas en Rumania	201
 4. De lo global a lo local: la producción de series nacionales de ficción televisiva en los países de Europa Central y del Este	209
4.1 Dinámicas de la telenovela entre lo global y lo local	211
4.1.1 De la deslocalización a la relocalización como retos de los mercados globales	212
4.1.2 Claves teóricas de la glocalización de la producción de telenovelas en Europa Central y del Este.....	216
4.1.2.1 Relaciones de proximidad entre la adaptación de formatos y de modelos	220
4.2. La teoría de la proximidad cultural como punto de inflexión entre globalidad y localidad.....	222
4.2.1 Implicaciones del capital cultural en la construcción de la proximidad cultural.....	223
4.2.2 El factor lingüístico como principal generador de proximidad	225
4.2.3 Categorías de proximidad cultural.....	226
4.2.4 Grados y niveles de proximidad	229
4.3 Fórmulas de la adaptación del modelo de telenovela latinoamericano en Europa Central y del Este.....	232
4.3.1 La “glocalización”	232
4.3.2 La teoría de la hibridación	235
4.3.2.1 Geografías de la hibridación cultural desde una perspectiva histórica	237
4.3.2.2 La hibridación como creadora de espacios comunes.....	240
4.4 Niveles de adaptación del modelo de telenovela latinoamericano en los países de Europa Central y del Este.....	243
4.5 Los inicios de la producción de ficción nacional en los países de Europa Central y del Este.....	245
4.6 Aproximación a las series de ficción televisiva en Europa Central y del Este	248
4.7 La producción local de telenovelas en Europa Central y del Este	251

4.7.1 La producción de telenovelas en los países de orígenes eslavos de Europa Central y del Este	253
5.7.1.1 Armenia.....	254
4.7.1.2 Croacia	256
4.7.1.3 Eslovenia.....	259
4.7.1.4 Polonia	261
4.7.1.5 Rusia.....	264
4.7.1.6 Ucrania	266
 5. De la telenovela en Rumania a la telenovela rumana: la producción de telenovelas nacionales con sabor latino	269
5.1 El inicio de la producción de telenovelas en Rumania	269
5.1.1. La <i>sitcom</i> rumana.....	271
5.1.2 De la <i>sitcom</i> a la telenovela	281
5.2 Elementos de inspiración latinoamericana en la telenovela rumana.....	282
5.2.1 La latinidad como denominador común	282
5.2.2 El <i>feedback</i> o la implicación del público en el seguimiento de la historia	287
5.3 Entrecruces entre el modelo original latinoamericano y el producto híbrido rumano.....	289
5.3.1 Fases de producción de las telenovelas rumanas	292
5.3.2 Productoras rumanas de telenovelas.....	296
5.4 Telenovelas rumanas (2004-2006) inspiradas por el modelo mexicano de telenovela	300
5.4.1 <i>Numai iubirea / Sólo el amor</i>	301
5.4.2 <i>Lacrimi de iubire / Lágrimas de amor</i>	307
5.4.3 <i>Secretul Mariei / El secreto de María</i>	313
5.4.4 <i>Păcatele Evei / Los pecados de Eva</i>	319
5.4.5 <i>Iubire ca în filme / Amor como en las películas</i>	323
5.4.6 <i>Vocea inimii / La voz del corazón</i>	330
5.4.7 <i>Daria, iubirea mea / Daria, mi amor</i>	336
5.4.8 <i>Îngerașii / Los angelitos</i>	340
5.5 Telenovelas rumanas (2007-2009) inspiradas por el modelo brasileño de telenovela	344
5.5.1 <i>Inimă de țigan / Corazón de gitano</i>	345
5.5.2 <i>Regina</i>	355
5.5.3 <i>Aniela</i>	360

5.5.4 <i>Iubire și onoare / El honor de amar</i>	365
5.6 La telenovela rumana (2009-2011) como producto nacional híbrido	372
5.6.1 <i>Fiicele marinarului / Las hijas del marinero</i>	375
5.6.2 <i>Narcisa Salbatică / Narcisa la salvaje</i>	386
5.6.3 <i>Narcisa. Iubiri nelegiuite / Narcisa. Amores ilegales</i>	394
5.7 Inspiración latinoamericana y originalidad nacional convergen en las telenovelas rumanas	395
5.8 Tendencias actuales en la producción de series televisivas rumanas: de telenovelas a <i>reality shows</i>	403
5.9 Tendencias de transnacionalización de las telenovelas producidas en Europa Central y del Este	406
5.9.1 La expansión de la telenovela rumana en el mundo	409
Conclusions [English version]	417
Fuentes	421
Bibliografía	421
Fuentes primarias.....	421
Fuentes hemerográficas.....	421
Leyes y documentos	443
Páginas web oficiales	444
Tráilers oficiales de telenovelas rumanas (Ver videos en el DVD adjunto).....	447
Fuentes secundarias	448
Traducciones	481
Introducción [versión en español]	481
Conclusiones [versión en español]	501
Anexos	505

Introduction¹ [English version]

Background and rationalization

Since the 1980s, the transnational circulation of television fiction products driven by the cultural globalization has been one of the most important phenomena worldwide. The Latin American *telenovelas*, as an expression of a genre rooted in the Latin American culture, and the soap operas, which can be considered a form of visual expression of the US society, have conquered new markets for several reasons, inherent to the globalization context. Besides the development of new technologies, we can also name the rise of satellite and cable, or the deregulation of public broadcasters in Europe, which facilitated the emergence of new commercial television channels.

In a context of openness fostered by the fall of communist regimes in the countries of Central and Eastern Europe, *telenovelas* and soap operas arrived to this area of Europe, where they enjoyed an unexpected success, becoming part of the daily lives of their peoples. Responding mainly to economic reasons, the *telenovela* has been introduced in countries where similar programs had never been broadcast before. Due to the fact that this type of cultural products tend to have loyal and stable audience, they became, in many cases, a steady part of television programming, up to the point that specific channels were created in this regard.

According to these considerations, and in order to provide a general context to the case of Romania, on which we will particularly focus in this thesis, we turn our attention to one of the markets where the *telenovela* has been highly successful: the countries of Central and Eastern Europe. Due to the success of Latin American *telenovelas*, more than a decade ago, these countries began to produce local and culturally hybrid *telenovelas*, inspired mostly by the Latin American *telenovela* model. A similar implementation of the *telenovela* model also occurred in Romania, which found itself in the process of transition to democracy, as it was the case of countries of the region. In a new cultural context, the *telenovela* as a model suffers mutations –

¹ Dado que esta tesis opta a la mención de Doctorado Internacional, tanto la Introducción como las Conclusiones han sido escritas en una segunda lengua, incluyendo las respectivas traducciones al español al final de la tesis, en la sección de “Fuentes”, según lo establecido por la normativa correspondiente.

which are our main object of study– while adapting to the specific features of the Romanian culture.

The series with romantic content have begun airing in the post-communist Romania since the late 90s, when the number of private television channels increased considerably, thus requiring low cost programs to fill the broadcast schedules. Ever since, *telenovelas* have been gaining more and more space within television schedules, thanks to the popularity and growing audiences they have obtained. At first, Brazilian series such as *Slave Isaura* (1976-1977, Rede Globo, Brazil) or *Dallas* (1978-1991, Lorimar Productions) and *The Dynasty* (1981-1989, Aaron Spelling Productions) came to the main national channels. From 1998 onwards, once *Acasa TV* channel was created, Latin American *telenovelas* have managed to fill the top slots of this channel dedicating itself mainly to broadcasting *telenovelas*.

2004 represents the starting point for the production of national *telenovelas*, boasting a similar success as that previously held by the Latin American *telenovelas*. Consequently, nowadays Romania is hesitating between buying *telenovelas* abroad and producing them within its borders. Even if it all started as an experiment, in a few years time, this country has managed to develop a true national *telenovela* industry, led by *MediaPro Pictures* studios and displayed on the small screen by *Acasa TV* channel.

Motivation and interest which aback our research that has resulted in this thesis on the production of *telenovelas* in Central and Eastern Europe, focusing on the case of Romania, were born from the first contact we had with the *telenovela* and, at the same time, with the Spanish language, in Romania, our home country. Back then, *telenovelas* represented to us more than merely a means of entertainment, having also an educational role, as it helped us to learn, without preconceived purpose, a language that we hadn't previously studied. Thanks to learning the Spanish language only due to watching *telenovelas*, we were able to obtain the *Diploma of Spanish as a Foreign Language (DELE)* at the *Cervantes Institute in Bucharest*. Being in possession of this diploma helped us, a posteriori, follow postgraduate studies in Spain, which later on led to writing the present research on a phenomenon to which scholarly attention has hardly been devoted, despite the importance and scope it presents. For this reason, and given the scarcity of the existing academic papers on local television fiction production in Central and Eastern Europe, especially in Romania, we consider it appropriate and

necessary to convert the *telenovela* and its peculiarities of cultural adaptation into a research topic.

For its size, this widespread and pervasive global scale phenomenon, omnipresent in Central and Eastern Europe, is worthy of extensive scientific study, deepening into the socio-historical context of imports of foreign television drama series, which subsequently became production models for locally produced series in these countries. The justification of this thesis lies in the scarcity of research able to explain how the Latin American *telenovelas* arrived to Central and Eastern Europe, what their impact was, and what their role in the initiative to locally produce *telenovelas* was. Our intention is to deliver a generic study on the production of local *telenovelas* in that geographical area starting from Latin American models, while paying special attention to the case of Romania, in the context of globalization.

The Master's dissertation we presented in 2009, when concluding the European Masters' in Latin American Studies "Cultural Diversity and Social Complexity", titled *La telenovela a la hora de la globalización. La producción de telenovelas en Rumania*, constituted the basis of this Ph.D. thesis. The research carried out back then has allowed us to deepen the theoretical framework comprising studies on *telenovelas*, mainly into the field of cultural studies. However, we have also based it on social science studies on post-communist Romania and on the analysis of identity issues that are likely to be generated in a multi-ethnic society, as the Romanian society.

The dissertation, dedicated to exploring the production of *telenovelas* in Romania in the context of globalization, was presented as an open investigation, which intended to continue this path through a doctoral thesis. At that moment, the thesis proposal –closer to sociology than to cultural studies– involved a comparative study of two *telenovelas*: a Romanian one (*Inimă de țigan / Corazón de gitano*, 2007-2008, MediaPro Pictures, Romania) and a Mexican one (*Gitano*, 2004-2005, Telemundo / Argus Comunicación, United States). The objective was to demonstrate that the *telenovela* has social functions: to encourage acceptance and to facilitate the social integration of a despised and marginalized ethnic minority (in this case, the Roma). Based on the analysis of these two *telenovelas*, the research intended to highlight the cultural elements related to differences of perception between the Roma in Eastern Europe, particularly in Romania and the specific vision on Gypsies in Latin America, in this case, Mexico.

All in all, the subject originally aimed to focus on an overly particular aspect. Since no systematic studies could be found –or, at least, not a clearly defined approach on the origins of *telenovela* production in Romania, we understood the need that our thesis could handle these broader issues, rather than focus on the particular comparative case study on the two *telenovelas* initially proposed.

Hypothesis

Given the above considerations, our thesis launches two interrelated hypothesis. According to the first one, the countries of Central and Eastern Europe, mostly those of Slavic origin, would rather adopt the Latin American *telenovela* model to suit their realities to, considering there is certain cultural proximity between the post-communist countries and the Latin American countries, whose affinity is not *a priori* obvious. The existing cultural proximity leads to the second hypothesis, according to which an autochthonous *telenovela* production model is created, following the Latin American example, illustrated by the case of Romania as the only country of Latin origins in the region. The identification of the public with the characters and contexts is generated through language and cultural elements.

Methodology

Mention should be made of the fact that this thesis is based both on secondary sources, as well as primary, according to their level of use.

The theoretical framework of the research drinks from secondary sources. Firstly, these are necessary tools that help to build the socio-cultural context of the political and media transitions from communism to democracy in the countries of Central and Eastern Europe. Secondly, they serve to identify the differences between *telenovelas* and soap operas, through the method of comparison, thereby clarifying the orientation of the local production of *telenovelas* in the region under study. Thirdly, working with literature that focuses on issues related to globalization, transnationalization and internationalization of the soap opera in the world, allows us to gauge the magnitude of these processes in the case of the distribution of *telenovelas* in Central and Eastern Europe. And fourthly, academic works dealing with theories of

proximity and cultural identity are essential for the analysis of production processes and adaptation of Latin American models in this part of Europe.

On the other hand, also electronic newspaper sources queries are also employed in this thesis, particularly in order to prove the hypothesis concerning the study on the production of local *telenovelas* in Central and Eastern Europe. The archive material from the National Library of Romania, the Archives of the Romanian Television and the Romanian National Audiovisual Council, and articles from magazines and newspapers are chosen for analysing production aspects and the dissemination issues, both of Romanian *telenovelas* and Latin American *telenovelas* in Romania. At this point, it is relevant to make a specification, with the scope to facilitate the reading of this thesis: to cite newspaper and magazine articles, lacking, in many cases, the authors and / or the dates of publication, we recurred to the APA style, which has been used for whole thesis. In such circumstances, we have chosen the alternative to reference the title of the article or the first words of the title, if it is a longer one, accompanied by the abbreviation "s.f." instead of the year, i.e., "undated". The full reference can be found in the bibliography. When appropriate, the alphabetical order is established by the first letter of the title of the article.

In terms of primary sources that were used, Romanian professionals of the telenovela production placed these at our disposal. These sources serve to complement substantially, both quantitatively and qualitatively, the information obtained from secondary sources, especially regarding the case study of Romania. Firstly, audience figures comprised between the years 2001-2011 were facilitated by the television company *PRO TV S.A.* for the *Acasa TV* channel and for other channels broadcasting *telenovelas*: *Antena1*, *Euphoria*, *TVR*, *National TV* and *Romantica*. Prior to these dates, out of the Romanian TV channels listed, *Acasa TV* possesses only partial data on *telenovelas* issued during the first two years since its creation in 1998, consisting of the title and the year of issue, without including any audience data. With this information, we elaborated a public and private channel listing, to be found in the annexes, at the end of the thesis and upon which we will come back later, in the section regarding the structure of the thesis. This data helped to support the results of the study, based on quantitative methods. Reference is made mainly to the number of Latin American *telenovelas* imported from Latin American countries and of those produced in the Romanian territory. Therefore, they aim to offer an objective picture of the extent of the phenomenon of the *telenovela* in Romania.

Secondly, several interviews with professionals in the field of *telenovela* in Romania have been achieved. This is intended to fill both the lack of information from primary sources that exists in this field of study, as well as the difficulty in finding primary information. These interviews qualitatively complement our study. At the same time, they are particularly valuable for providing data on acquisition of Latin American *telenovelas* and on the *telenovela* production in Romania. More precisely, two interviews lasting approximately 1 hour were completed, as well as a telephone interview and 5 e-mail interviews to professionals involved in the acquisition of Latin American *telenovelas* (acquisition managers) and in the Romanian *telenovela* production (scriptwriters, directors and producers). All data on these interviews is available in the section dedicated to the sources, the end of the thesis.

At this point, it is worth drawing attention to the difficulties in gathering information from primary sources, especially due to the caution expressed by professionals working in the *telenovela* field, as to the confidentiality of the data. It was not, therefore, possible to get information regarding costs of any type –of acquisition, as well as production– except for those that were made public by mass media.

On the other hand, the limited availability of some professionals also hampered the work of conducting personal interviews. Under the given circumstances, the five interviews conducted via e-mail were the best solution to choose, even if this would make them less interactive and less rich in information than the other two that were personal, where dialogue allowed extending the initially prepared questions. However, as an exception, one of the interviews via e-mail, given by a professional who lives abroad for work –which was one of the conditions for the interview to be done by e-mail– was, very rich in information offered by extended and detailed answers.

State of affairs and theoretical framework

As mentioned earlier, at an international level, no complex or well documented academic research has been acknowledged on the phenomenon of *telenovela* production in Central and Eastern Europe up to the present, despite the growing popularity that both imported and autochthonous soap operas and *telenovelas* have gained among viewers of all ages. However, we can refer to quite a large number of articles focused on the success that the Latin American *telenovelas* have had in the countries of the region and articles containing interviews with local producers on their own TV fiction

productions, published in magazines oriented towards the *telenovelas*, such as *TVMAS Magazine*, *TVyNovelas* and *Only Telenovelas*. There are also articles published in celebrity magazines, talking about the high ratings achieved by this television genre, constantly expanding in these countries.

In Romania there is a study on *telenovelas*, which is an unpublished doctoral thesis dating from 2009, available at the National Library of Romania. Beatrice Comănescu –the director of channel *TVR International*, released in 1995 and dedicated to the Romanians living abroad– presented this thesis under the title of *Filmul de televiziune. Telenovela – serialitate si structuri / TV film. The telenovela - seriality and structures*, in a context in which the Romanian *telenovela* production had reached its peak. Its focus lies on narrative structure and character stereotypes in the Romanian *telenovela Regina* (2008, *MediaPro Pictures*, Romania) that had come to beat the record of ratings of all Romanian *telenovelas* produced up to that moment. However, this academic contribution fails to provide an overview on the arrival of Latin American *telenovelas* to Romania and also a general outlook on the rest of the *telenovelas* produced in Romania.

The thesis we propose, aiming to fill this academic vacuum, is backed by a diverse, multidisciplinary and multilingual framework, which we adapt to the case of the countries of Central and Eastern Europe. This framework serves to contextualize, analyze and explain the path the Latin American *telenovela* has followed ever since arriving to these countries, particularly to Romania, up to observing the hybrid products arise from their models.

The bibliographic database is configured from books and materials stemming from various scientific fields, which come together, in spite of their heterogeneity, and lead to an investigation whose purpose is to gather all them under the umbrella of the production of *telenovelas* in Central and Eastern Europe, in the context of globalization.

The references that make up the theoretical framework of this thesis can be divided into four main sections. The first two major blocks, framed in the field of cultural studies, consist of studies on *telenovelas* and soap operas, and of literature related to the circulation and production of *telenovelas* in the global context. The remaining two sections, pertaining mostly to the field of social sciences, are constituted of works focusing on the political and media transitions in Central and Eastern Europe

and on issues concerning cultural identities and their construction through cultural proximity.

Research on *telenovelas* and soap operas

Numerous investigations on soap operas and *telenovelas* have been carried out in the area of cultural studies, especially during the last two decades of the last century and early this century. Given the fact that these studies constitute the main framework of our research, we can state that the thesis is framed in the field of cultural studies.

From the wide range of works published on the American continent, where this genre was born and developed, the bibliographic selection provided brings its contribution, forming a relevant part of the theoretical basis of our thesis. These works, whose authors are of international reference, are put together in this research, from both a general and a specific perspective on the *telenovela* and soap opera, offering theoretical tools, necessary to analyze the production of *telenovelas* in Central and Eastern Europe, from a new comparative perspective between soap operas and *telenovelas*, seen from structural and content background.

Directly proportional with the appearance of the soap opera in the United States, which was previous to that of the *telenovela*, which emerged in Latin America since the early 1950s, the first research related to the soap opera is tracked in the 1930s, while the research on the *telenovela* begins to flourish in the 1960s.

While older studies have helped us to gain an overview about the beginnings and evolution of the soap opera and *telenovela* in time, the contemporary studies are those that have had more impact in our research. We mention here, briefly, the most significant studies we have used and will come back in the second chapter of the thesis with a more detailed state of affairs.

The approach to the soap opera as a genre is done from the perspective of the academic works of Rick Altman (2000) and Christine Gledhill (1977), while two referenced works on soap operas are R.C. Allen's *Speaking of Soap Operas* (1985) and *To be continued...: soap operas around the world* (1995). *La Aproximación a la telenovela* (1987) by Tomas Lopez-Pumarejo is seen as a complement of Allen's work, as one of the first scientific studies explaining the dynamics of the audiovisual television flows at an international level. The contributions of Jesús Martín-Barbero and

Germán Rey in *Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva* (1999), "Matrices culturales de la telenovela" (1995a) and "Telenovela: melodrama e identidad. De la telenovela en Colombia a la telenovela colombiana" (1995b), are essential to establish links between reality and fiction within the *telenovela* and understand the "drama of recognition" of the characters in the drama series by the viewers. The "media contract" identified by Escudero Chauvel (1997) follows the same line of loyalty to the public, this time through seriality. Nora Mazziotti (1996) is a pioneer in approaching the *telenovela* to the cultural industry, which brings us closer to the field of production of *telenovelas* in the global context. Later, in 2002, José Ignacio Cabrujas wrote a fundamental work, titled *Y Latinoamérica inventó la telenovela*, detailing all aspects of design and production concerting the *telenovela* as an inherent Latin American audiovisual product. This particular book is highly significant for our research, in the sense that it lays the groundwork for what is "Latin American" in the *telenovela*, thus facilitating the analysis of the required mutations and adaptations in Central and Eastern Europe in order to produce *telenovelas* with local flavor.

Circulation and production of *telenovelas* in the global context

With the intensification of television flows facilitated by the phenomenon of globalization, the *telenovela* studies have begun to focus, since the late 90s, on the dynamics of circulation and production in the global context, marked by format and model adaptations worldwide.

The academic papers that contribute to build the framework for the production and adaptation of *telenovela* models in Central and Eastern Europe are concentrated especially in the first decade of the 21st century. Thus, the articles of Páramo Ricoy (2000), Mato (2001) and Esser (2002) theorize about the transnationalization of the *telenovela* in relation to globalization, as seen from the logic of capitalism. The definition of "transnationalization" is constructed relying on the reflections of Featherstone (1990), McQuail (1995), Hannerz (1996), and on a more recent view, offered by Iwabuchi (2002) and Chalaby (2005b).

The globalization of the *telenovela* in economic and cultural terms is analysed by Martin-Barbero (2002), while Straubhaar (2007) identifies cultural and linguistic

aspects of the markets towards which the *telenovela* is exported, paying attention to regions that obey cultural-linguistic and geo-cultural criteria responding to the transnationalization process.

The mechanisms of circulation of television programming flows and counter-flows help to explain, in our case, the international movement of *telenovelas* from Latin America to Central and Eastern Europe. In this sense, the contributions of scholars such as Nordenstreng and Varis (1974), Nederveen Pieterse (2004b) on television flows and those of Schement and Rogers (1984) and Appadurai (1990) on counter-flows open pathway to the publication of the book *Media on the Move: Global Flow and Contra-Flow*, published by Daya Thussu Kishan (2007), which carries out a current mapping of movement of television programming at an international level. Central and Eastern Europe represents the part of the map where the flows of television programming, especially the television series, are headed. Although the landscape of this part of Europe is nearly invisible from the study perspective of Albert Moran (2009b), his book *New flows in Global TV* generates an overview of the dynamics of *telenovela* formats worldwide. The *Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OBITEL)* is in charge of linking the global and the national dimensions in *Mercados globales, historias nacionales* (Vilches, 2009).

We consider it appropriate to apply the theory of Richieri (2004), initially conceived for Western European countries "unified" under the banner of the European Union, to the post-communist countries as well. According to this theory, economics, globalization and new technologies are combined, providing an international dimension to television in Western Europe, favoured in Central and Eastern Europe by the transition to democracy processes.

Despite the relevance of this phenomenon, the literature that informs on the export of *telenovelas* and their reception in Central and Eastern Europe are scarce. One of the first studies conducted on this issue was achieved by Biltereyst and Meers (2010), followed by the very recent and valuable articles of Štětka (2012a; 2012b), widely referenced in this thesis, along with the article of Mustață (2012), providing a background of the situation in Romania during the communist era and the subsequent arrival of television series in the country.

With respect to the local production process by the means of adapting *telenovela* models, two major theoretical approaches are used: the *glocalization*² and hybridization, which coexist within the global dynamics. Glocalization theorists such as: Kraidy (1999), Khondker (2004), Iwabuchi (2004); Keane and Moran (2005), Waisbord (2004) and hybridization theorists such as: García-Canclini (1990, 1997), Bhabha (1994), Kraidy (2005) and Nederveen Pieterse (1995; 2004b) bring their contribution, establishing both convergent and divergent points between the two theories, explaining what they bring to the adaptation of the *telenovela* models in Central and Eastern Europe.

Based on the analysis of bibliographical sources mentioned above, this thesis aims to contribute to the adaptation of theories designed particularly for the Occident to situations that also occurred, subsequently, in Central and Eastern Europe and that these studies have almost not considered.

The political and media transitions in Central and Eastern Europe

Much literature has been written on the topic of transitions in Central and Eastern Europe, which abounds especially in recent years. After about two decades since the beginning of the transition, much of the scientific research is focused more on political and economic aspects, rather than on the social and cultural ones, in terms of social change, customs and mentalities.

Thus, studies on media transitions and on the processes they pose are fairly recent and, therefore, still scarce. If more attention is devoted to the beginnings of the transitions and to their evolution in time, focusing on the great changes imposed by liberalization and deregulation, and dictated by the globalizing capitalism, a decrease in the number of investigations devoted to monitoring the transitional processes is noticeable. However, in recent years, particularly in 2012 and 2013, we see a growing interest among scholars towards the study of media transitions in Central and Eastern Europe.

² Although the term " glocalization" is not officially settled in the vocabulary of the Spanish language, we considered it appropriate to borrow it from English and use it in this thesis to suggest, according to our needs, the merger between " global" and "local" in one concept. The explanation of this decision can be found in the fourth chapter, in the section dedicated specifically to this concept.

Besides attempting to offer a socio-historical context of the arrival of the soap operas and *telenovelas*, also we intend to explore, from a comparative point of view, both generic and specific, the transitions to democracy in the Central and Eastern Europe countries, focusing on the Romanian case.

The book *Finding the Right Place on the Map: Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective* is a well articulated work, in which publishers K. Jakubowicz and M. Sükösd (2008) bring together research on media changes imposed by the transitions, from a global perspective. We retain here the study of the two publishers: "Twelve Concepts Regarding Media System Evolution and Democratization in Post-Communist Societies," offering an interesting overlook on these countries. Other contributions published in the same book, such as those belonging to Mungiu-Pippidi (2008) and Peruško and Popovic (2008) insist on the relationship between politics and media systems.

Central and Eastern European media in comparative perspective : politics, economy and culture published by Febbrajo and Sadurski (2010) focuses on Central and Eastern Europe, offering a comparative perspective, which is consistent with our intention in this thesis –to approach media systems in the region, noting their common points and differences. Similarly, Downey and Mihelj (2012) provide another comparative approach in *Central and Eastern European media in comparative perspective: politics, economy and culture*. However, a pioneer reference study is Hallin and Mancini's (2004): *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*, crisscrossing political and media aspects, generating analysis models for comparisons. Similarly, Gross's book (2002) *Entangled Evolutions. Media and Democratization in Eastern Europe* also stands out.

On the specific case of the political and media transition in Romania, academic research has been published particularly during the 1990s, while existing studies on the subject are still scarce, as it happens in the case of the other countries in Central and Eastern Europe. The political transition is analyzed by Zub (1998) and Gross (1996) takes charge of the media transition in his book *Mass-media in Revolution and National Development, The Romanian Laboratory*. Drăgan (1993) analyses the "tele-revolution", which gives way to the media transition in Romania, as a first approach to the television series, where reality and fiction create a live show, very successful with the Romanian public. Starting from this reflection, we associate the transformation of a real event in a show with a taste for television fiction, through which we explain, among other reasons,

the success of Latin American *telenovelas* in Romania and the subsequent local productions. Recent studies, by Coman (2003a), Nicolau (2009), Mustață (2012), integrate Romania within the overall framework of transitions developing in other European countries, showing the route between the before and the after of audiovisual systems: from public to private broadcasters.

Regarding the presence of *telenovelas* in Romania, we have identified a short article entitled “Living la Vida Loca: Telenovelas and post-communist transition”, published in English in a Romanian magazine. In this article, Stan (2003) researches on how these series have arrived in the country and on the success they have had.

In the case of Romania, the identification of audiovisual regulations, presented as Romanian and European laws and normative helps us see the specific measures that determined the change, as a result of the political transition. The selection and analysis of these law articles in our thesis represents a contribution aiming to identify the path of the change operated in the rest of Europe and nationally in this ex-communist country.

National identities and cultural proximity

By approaching issues such as the national identities and the construction of cultural identities through cultural proximity, we attempt to explain the reason why the Latin American *telenovelas* have served as a model for the autochthonous production of *telenovelas* in Central and Eastern Europe. We believe that cultural proximity and cultural identification go hand in hand, which implies that they both contribute to determine the taste for a certain type of productions, dealing with particular situations illustrated by characters that are easily identifiable by the viewers. This is how we attempt to explain the adaptation of the *telenovela* model in this part of Europe, and not the soap opera one.

We do not intend to define the concept of national and cultural identity taking as a reference a basis of theories that have analysed it according to its multiple meanings. We rather use the term in its strict relation to a specific TV program, which is the *telenovela*, as a tool to justify the attachment of the public to this type of production and the initiative to produce national *telenovelas* in Central and Eastern Europe.

In order to support the above statement regarding the use of identity – *telenovela* link, we retain Martin-Barbero's (1995b) claim associating the *telenovela* with a "plural

identity" of Latin America. Cabrujas (2002) confirms this idea, speaking of a "Latin American sentimental integration", but within which the *telenovela* preserves, however, its specific characteristics defining each country.

In addition to the identification generated among the Latin American peoples with the *telenovela* productions from their respective countries, we have noticed two other levels of identification. Firstly, we observe a level of secondary identification, which applies in the case of Central and Eastern Europe, with respect to the reaction of the local publics towards the imported Latin American *telenovelas*. Secondly, we emphasize a primary level of identification, which is remarkable in the case of local productions in these countries, which determine the public to further identify with these *telenovelas*, thanks to the proximity generated by the themes they deal with and the types of characters they present. As for the types of characters, Martín-Barbero (1995b) delves deeper into a sense of melodrama: the identification, expressed on a personal level, through which the viewer experiences the so-called "drama of recognition".

The theory of cultural proximity, initiated by Straubhaar (1991, 2007), justifies the public's taste for local cultural products versus imported ones. Thus, television programs that facilitate identification in terms of a cultural capital consisting of language, ethnicity, humour, dress code, historical references and knowledge, generally tend to achieve higher ratings than other programs. Therefore, we believe that this theory, which has remained without echo in Central and Eastern Europe, is suitable to be applied in these circumstances and especially in the case of Romania, through specific examples of soap operas.

Structure of the thesis

This thesis is divided into five chapters containing an initial state of affairs on the theoretical framework, which will be presented in more detail throughout the chapters. They all try to achieve a unitary work, whose purpose is to illustrate, from the interweaving of theoretical considerations applied to specific targets, that the Latin American *telenovela* generates models that are suitable for other new realities in Central and Eastern Europe, and especially in Romania.

From the need to contextualize the phenomenon of the *telenovela* in Central and Eastern Europe, the first chapter begins with identifying historically the arrival of soap operas and *telenovelas* to the region, which was then experiencing the beginnings of the

processes of transition to democracy. We consider it appropriate to start with a brief comparative study on the transitions from a socio-historical perspective, in order to explain that the events that led to media transitions, which developed almost in parallel in these countries, were marked by two significant processes in the audiovisual field: liberalization and deregulation. The second part of the first chapter is devoted to examine thoroughly the Romanian audiovisual landscape before and after the fall of the communist regime. The focus lies on the evolution of the audiovisual sector from the state monopoly, where there was only one public television channel, to the creation of new private channels, which began to host in their schedules imported television series: soap operas and *telenovelas*. A watchful eye on the Romanian and European regulatory systems allows a better understanding of aspects of change brought by the transitions, in terms of freedom of expression, openness to the dissemination of other programs and of promoting the production of television programs nationwide.

The second chapter makes an incursion into the origins of the melodrama genre, represented by the *telenovela* and the soap opera, from a comparative perspective, aimed to determine how these serial audiovisual narratives have been foreshadowed and how they have transformed over time. Thus, the brief illustrative journey through the evolution of the genre in Latin America and in Romania –via the melodramatic novel and the radio serial as predecessors of the *telenovela*– helps to contemplate specific traits that have influenced the shape of the contemporary *telenovela* in general and, in our case, the history and characteristics of the adaptations in Central and Eastern Europe. The identification of Mexican and Brazilian models of *telenovela*, which we consider exponential and inspiring for the Romanian productions, helps to understand the encounter between reality and fiction in a more sentimental and melodramatic way in the case of the first model, and from a socio-cultural point of view in the case of the second.

The third chapter revolves around the influence of media globalization process in the circulation and dissemination of the *telenovela* as a transnationalised genre. The study of the logics of internationalization of the Latin American *telenovela* in the world helps to focus the attention on the area of Central and Eastern Europe. The observation of cultural-linguistic and geo-cultural regions in the transnationalization context helps to better understand the success of Latin American *telenovelas* in certain regions, more than in others. Based on these theoretical aspects, we examine the presence of the *telenovela* in Central and Eastern Europe, and especially in Romania. In the case of

Romania, we developed different approaches that aim to demonstrate the importance of the phenomenon of the *telenovela* in the country. Therefore, relying on personal interviews with acquisition managers, production managers and Romanian producers of *telenovelas*, we will present some keys to success for Latin American *telenovelas* to the eyes of the national public and the logics of acquisition and broadcast of *telenovelas* to the country. Some examples of the most successful *telenovelas* in Romania will be illustrative to identify what the Romanian public likes and to understand what were the sources of inspiration for producing their *telenovelas* on their own.

The dynamics of the soap opera between the global and the local, both in terms of circulation and in terms of national production, are presented in the fourth chapter. First of all, we insist upon the mechanisms of adaptation (delocalization - relocation), both of formats and models, in the international context. The theories of cultural proximity, glocalization and hybridization synthesize the formulas of adaptation of the Latin American *telenovela* model in the countries of Central and Eastern Europe. These formulas will be applied in the second part of this chapter, with the aim to reveal the specificities of the processes and levels of adaptations in six countries of Slavic language and culture from Central and Eastern Europe.

The only Latin country in the Slavic Sea of Central and Eastern Europe, which is Romania, is the protagonist in the fifth and most extended chapter, due to the particularities it presents concerning the process of adaptation of the Mexican and Brazilian models to its national realities. We believe that the Latin component plays a determining role, which makes the Romanian productions to be more similar to the Latin American models than other *telenovelas* made in countries of Slavic origins in Central and Eastern Europe. We proceed to the division of all the *telenovelas* produced in Romania in three groups. Thus, the first phase, comprised between 2004-2006 is the phase of production of Romanian *telenovelas* following the Mexican model, summing up a total of eight *telenovelas*, whose key feature is the manifestation of exaggerated sentimentality in the situations presented, as well as in the characters' performance. During a second phase, from 2007-2009 three *telenovelas* are produced according to the Brazilian model, where the theme of social and cultural inspiration takes over the specific sentimentalism that characterises the Mexican *telenovela* model. A third phase, between 2009-2011 is illustrated through three other *telenovelas*. Due to the know-how achieved during the previous two phases, these *telenovelas* take distance from the two

base models, leaving room for creativity and for Romanian melodramatic self-expression that brings together the Latin American inspiration and local originality.

In order to determine the main features of the Romanian *telenovelas*, from a comparative perspective with the Latin American model, we proceeded to analyse various aspects related to their production and distribution. Chronologically, and according to the three above-mentioned phases, we started by contemplating dates, broadcast schedules and channels of distribution of national *telenovelas* in Romania. Regarding the aspects of production, we have analysed, following the scheme of Christine Gledhill (1977) and referring to each particular case of the 15 Romanian *telenovelas*, details concerning the of the shooting, the cost of production –insofar as possible and according to available sources– the script, the choice of actors, the story and the character types. From this analysis we have identified the elements provided by the Latin American model and the genuine elements that characterize the Romanian model. The introductory songs of the *telenovelas* are elements that justify a trait that is common in many cases with the Latin American model, related to the star system. The feedback from the public in tracking the storyline is relevant in the case of Romanian productions, as well as the strategies for promotion and marketing, which, in addition to their nationwide distribution, lead to its internationalization.

Current trends regarding the transnationalization of *telenovelas* produced in Central and Eastern Europe and the expansion of the Romanian *telenovela* in the world close the fifth chapter.

The five annexes presented at the end of the thesis are mainly composed from primary sources: on one hand, from sources available on the Internet and on the other, from first-hand sources obtained directly from Romanian producers of *telenovelas*. The list comprising the public and private television channels corresponding to the first chapter has been elaborated from a database of television channels and television companies, made available online by the European Union. Economic data on gross domestic product in Romania, that we consider a driving force in the process of production of local *telenovela*, also proceed from primary sources available online. However, the lists of Latin American *telenovelas* broadcast in Romania, the top 20 Latin American *telenovelas* most viewed on Romania and that of Romanian *telenovelas*, were achieved using data provided by the media company *PRO TV S.A, Central European Media Enterprises*, Bucharest, Romania.

Acknowledgements

This thesis could not be submitted as such without the participation of several institutions and individuals who have provided support for the successful development of the research process.

First of all, it is worth mentioning the financial aid program Training Research Staff of the Autonomous University of Madrid. This aid, enjoyed during four years, from October 2009 to September 2013, provided financial support without which the research process couldn't have been completed. The three short research stays lasting three months and financed through this program, have facilitated the gathering of original and valuable information that would have been difficult to obtain without travelling to Romania and the United States.

The first stay, conducted from July to September 2010 was completed at the *Central University Library Carol I of Bucharest*, Romania, thanks to the invitation of Mircea Regneala, at that time Managing Director of the library and professor of the department of "Documentation and Information Science" at the University of Bucharest. During this stay, we counted on the valuable support of other institutions such as the *National Library of Romania* and the *Romanian National Audiovisual Council*, with the special contribution of Rodica Anghel, member of the Legal Services of Regulations, with interesting and relevant information on regulations and recommendations of the *National Audiovisual Council* on *telenovelas* broadcasting.

Also the second research stay was conducted in Bucharest, in the media company *PRO TV S.A.*, from July to September 2011, thanks to Adriana Rotaru's support, as a collaborator of the company. The contact with the screenwriters, directors and producers of *telenovelas* has been facilitated by the corporate affairs and public relations manager, Maria Apostol and by the public relations executive, Mioara Radu. The useful first-hand information, without which the thesis would have been less rich, was obtained through personal interviews and e-mail communication. Special mention should go to the following *telenovela* professionals: The Romanian *telenovelas* Production Manager of *Media Pro Pictures*, Ruxandra Ion, acquisitions directors of *Acasa TV* channel, Antoanela Ungureanu and Ines Năstăsoiu, screenwriters Sorina Macovei and Simona Ungureanu, telenovela production directors Sebastian Voinea and Iura Luncașu.

The preparation of the *telenovela* lists presented in Annexes was possible thanks to the outstanding contribution of Bratu Ionela, senior research analyst and Ana Blas market researcher from *Antena 1* channel and Teodora Șoltuz, senior research analyst at the company *PRO TV S.A.* They offered essential data, useful to demonstrate various theoretical aspects related to the impact of Latin American telenovelas in Romania and of Romanian *telenovela* production nationwide.

The third official research stay, from September to December 2012, was conducted at the University of Austin, Texas, in the Department of Radio-Television-Film, under the academic council of Joe Straubhaar, "Amon G. Carter" Centennial Professor of Communication. The interesting conversations with Dr. Straubhaar, initiator of the theory of cultural proximity in the Occident, have led to new perspectives, seen from different angles, with a view to their application in the case of the countries of Central and Eastern Europe.

The research activity developed as a member the *Convergetvd* research group: *Instruments and measures of analysis of the fictional television convergence*, sponsored by the Spanish Ministry of Science and Research (2010-2012), coordinated by Dr. Lorenzo Vilches, has been momentous for the buildup and systematization of the subject matter and of the thesis objectives. Dr. Vilches' academic advice has been essential in terms of revealing the need to conduct an investigation on television fiction in the area of Central and Eastern Europe.

Comments from friends and colleagues who are doctors, such as Iuliana Botezan and Begoña Ballesteros regarding methodological aspects of the investigation are particularly useful in preparing the introduction, while talks and moral support from other peers, colleagues and friends have played an essential role in the whole process. Among them they are worth mentioning Clara Garavelli, Álvaro Alconada Romero, Juan Vázquez Navarro, Elena García de Paredes, Giovanna Caprara, Dulcinea Tomás, and Juan Pedro Maestre, with the risk of leaving someone without being named.

A prominent thanks goes especially to Dr. Maria Luisa Galvez Ortega as director and to Dr. Manuel Álvaro Dueñas, as co-director of this thesis, for giving us the opportunity and for believing in our ability to carry out this project. Throughout the whole process of preparation and writing, the careful monitoring and the enriching comments they have provided us contributed that this thesis, which is displayed in the following pages, further gain academic value.

1. El sistema audiovisual rumano en contexto socio-histórico las transiciones a la democracia en Europa Central y del Este

Este primer capítulo ofrecerá una mirada general sobre el paisaje de la transición en Europa Central y del Este y, más específica, sobre el caso de Rumania. El enfoque recaerá, sobre todo, sobre aspectos económicos y culturales que ayudan a decodificar los símbolos del campo audiovisual rumano, en el momento de la llegada de la telenovela latinoamericana a las pantallas locales. Este momento que favorece una apertura del país a la recepción de programas de entretenimiento extranjeros, ubicado en el contexto de una transición incipiente, es clave para comprender el éxito posterior de la telenovela latinoamericana en Rumania y el inicio de la producción de telenovelas rumanas siguiendo el modelo latinoamericano.

Para comprender las dinámicas que se generan a distintos niveles dentro de una sociedad en transición, como la rumana, es necesario examinar la evolución del contexto político y económico, con sus repercusiones en los ámbitos social y cultural. Una breve mirada al contexto y al desarrollo de las transiciones en Europa Central y del Este permitirá ubicar a Rumania dentro de la ola de cambios surgida una vez con la caída del sistema soviético. La Revolución de 1989, que fue el desencadenante del proceso de transición en Rumania y en algunos otros países de la región, representó un evento social y político decisivo para el avance de estas sociedades en las vías del capitalismo globalizador.

El proceso de transición se constituye como un periodo de múltiples cambios y mutaciones en todos los campos de la vida social, desde el político, económico, legislativo, y hasta el social, cultural y psicológico-moral. Es el paso desde una sociedad relativamente estable, cuyo orden estaba preestablecido desde “arriba”, a una sociedad cuyo parámetro principal lo define el cambio. El cambio de un régimen socio-político basado en totalitarismo y dictadura está seguido por un amplio abanico de transformaciones que entrenan al conjunto de la sociedad. La transición se muestra como un concepto caleidoscópico, con múltiples significados para los distintos ámbitos de la sociedad.

El audiovisual experimentó, a raíz de estos cambios, un momento de auge, debido al surgimiento de nuevos canales de televisión privados, cuya programación necesitaba llenarse de productos audiovisuales importados y económicamente

estratégicos para ajustarse a los bajos presupuestos de los que disponían las sociedades, exhaustas por los conflictos de poder entre los partidos políticos nuevos. Los países pasaron inicialmente por un periodo convulso, causado por los cambios rápidos, para los que el conjunto de la población no estaba mentalmente preparada y, a la vez, por el esfuerzo de dirigirse hacia el capitalismo, intentando adoptar y adaptar modelos del mundo occidental.

Por lo tanto, la caída del bloque comunista soviético, determinada por las revoluciones ciudadanas en estos países a finales de los años 80, ha determinado cambios lentos del sistema socialista al sistema capitalista, importado de los países occidentales. Sin embargo, los cambios se han traducido de manera distinta en los diferentes países de Europa del Este, según los niveles de desarrollo y las especificidades sociales y culturales de cada país de la región. Esta característica ha influido también en el sistema de producción audiovisual, que ha determinado variaciones de un país a otro, generando producciones locales de ficción televisiva específicas a cada país.

Rumania en transición se encuentra en una constante búsqueda y redefinición de su propia identidad social, económica y política, adecuada en las distintas fases de su transformación. Asumimos que el momento inicial de la transición es definible y marcado por el momento de la Revolución que concede el paso de una sociedad desmantelada por sistemas antagónicos, militarizada y privada de democracia y de libertad de expresión a una nueva sociedad libre. Sin embargo, resulta difícil sacar conclusiones absolutas sobre su punto de cierre, dado que la transición rumana se ha llevado a cabo de maneras diferentes, sea a nivel económico o político.

Desde la necesidad de contemplar el pasado para comprender los mecanismos que configuran el presente, resulta necesario realizar un breve análisis histórico y socio-cultural de la región, con el fin de comprender las tendencias actuales de producción audiovisual en general y de ficción televisiva en particular, a partir de los modelos internacionales importados. Este análisis puntualizará los momentos esenciales históricos que tuvieron un gran impacto en la orientación socio-cultural y la configuración de las nuevas sociedades, productoras hoy en día de gran parte de su propia programación que encuentra su lugar en la parrilla de los canales privados nuevos, creados a partir de finales de los años 80 y principios de los años 90.

1.1 Estudio comparativo de las transiciones a la democracia en los países de Europa Central y del Este

Los cambios característicos a los periodos de transición se han producido a todos los niveles de las sociedades de Europa Central y del Este: desde la perspectiva política y económica y hasta los ámbitos social y cultural. Las influencias occidentales han abierto tanto las puertas reales, físicas, representadas por las fronteras, como las puertas imaginarias, a un cambio de mentalidades y de percepción de la existencia y de la vida en general.

Consideramos necesario explorar brevemente los orígenes políticos, económicos y sociales de estos cambios que han convulsionado las sociedades, para comprender de qué forma se ha conseguido aplicar los fundamentos democráticos de apertura y pluralidad en el sector audiovisual.

La caída del comunismo trajo consigo la disminución de la colaboración entre los países de Europa Central y del Este –unidos durante el periodo comunista por la ideología y la hegemonía impuesta por la Unión Soviética– y, a la vez, su acercamiento a los países occidentales. Los dos años siguientes a la caída de los regímenes comunistas estuvieron caracterizados por procesos de cambios sin precedente, en términos de magnitud y complejidad, que tuvieron como implicación la creación de olas sucesivas de transformaciones post-comunistas, globalización e integración a nivel internacional (Jakubowicz; Sükösd, 2008: 10, 19). La entrada en la Unión Europea³ se volvió una prioridad y un reto importante, hacía el cual los países de la región canalizaron sus reformas.

En Europa Central y del Este, la caída del comunismo del año 1989 ha marcado el inicio de las transiciones progresivas desde los regímenes totalitarios –cuyas economías estaban controladas por los estados, hacia unos sistemas políticos democráticos – basados en la pluralidad de partidos políticos y en la economía de mercado y respetuosos de las libertades de la sociedad civil.

Al principio del proceso de transformación post-comunista, los países de Europa Central y del Este no contaban con la experiencia democrática. El cambio inicial se

³ Ocho de los países de Europa Central y Oriental (la República Checa, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Polonia, Eslovaquia y Eslovenia) ingresaron en la Unión Europea en mayo de 2004 y otros dos (Rumania y Bulgaria) en 2007, alcanzándose así el número de 27 países que conforman actualmente la Unión Europea.

produjo entre 1989 y 1991, tras un largo periodo bajo regímenes comunistas, que duraron entre 40 y 70 años, según cada país⁴. También cabe mencionar que la mayoría de los países de Europa Central y de Sud-Este no había vivido, con anterioridad, la experiencia de unas democracias plenamente desarrolladas, por haber sido gobernados por regímenes autoritarios y semi-democráticos, incluso en el periodo anterior a la Segunda Guerra Mundial, exceptuando el caso particular de Checoslovaquia (Jakubowicz; Sükösd, 2008: 10). Según la intensidad de las presiones ejercidas por el poder soviético, los regímenes comunistas en Europa Central y del Este se han desarrollado de forma diferenciada entre sí.

Dada la heterogeneidad y la complejidad en los niveles de desarrollo de los países de Europa Central y del Este bajo el comunismo, pero sobre todo durante los procesos transitorios, resulta más correcto hablar de “transiciones” como procesos característicos a cada país. Es interesante observar la posición de Olgiati con respecto al uso semántico del término “transición” que, aunque designe periodos de tiempo paralelos, debe tener en cuenta que sus efectos no han sido ni simultáneos, ni sincronizados (2010: 281-282). Las “transiciones” ofrecen, por tanto, una perspectiva general de las distintas condiciones de los países desde el punto de vista económico, de las actitudes religiosas y de los legados históricos.

La personalidad democrática, que se conforma a raíz de cambios políticos y socio-culturales, es una síntesis del compromiso entre autoridad y libertad, con la mención que la democracia viste distintas formas y estas formas varían de país a país, tal como lo ve Dahrendorf: “Cada una de las nuevas democracias de Europa encontrará probablemente la forma que más se le ajusta, y ciertas de estas formas podrían desafiar las predicciones de fallo basados en la teoría del cambio revolucionario” (2001: 119).

Los diferentes tipos de transformaciones y de cambios experimentados en los países de Europa Central y del Este a raíz de las transiciones se pueden ver desde una perspectiva comparativa, a partir del momento relativamente coincidente de las revoluciones, reflejadas en las constituciones nacionales que apuntaban hacia el desarrollo social y legal de un nuevo equilibrio y en las nuevas leyes aplicadas a las sociedades en su conjunto.

⁴ En Europa Central, la dominación soviética empezó entre 1945-1949, mientras que en la Unión Soviética, el comunismo había empezado ya desde 1917.

El periodo inmediatamente siguiente a las revoluciones está marcado por la manifestación de un modelo de transición ideal-típico en dos pasos (Febbrajo, Sadurski, 2010: 4). El primer paso tiende a orientarse hacia la implementación y consolidación de las estructuras nuevas necesarias para la transformación de las sociedades. Este nivel se caracteriza por un grado de claridad, mayor a nivel de las ideas que a nivel de las herramientas para aplicarla, pero que determina la aparición de nuevas constituciones. El segundo paso se refiere a la revisión y la adaptación de las normas y al desarrollo de una mayor reflexividad que permita una orientación hacia la aplicación de aquellas normas que serán eficientes. Dichas normas y sus variaciones se pueden articular a diferentes niveles de la sociedad: a nivel institucional de recepción de los valores y su consecuente adaptación local y a nivel pragmático en cuanto a su implementación por los individuos (Febbrajo, 2010:45). La relación entre la dimensión estructural de la transición, que se traduce por los objetivos propuestos y la dimensión instrumental de la transición, demuestra que en la nueva sociedad sólo se pueden operar modificaciones e innovaciones después de haber superado la primera etapa de la producción normativa, a través de nuevas constituciones y leyes.

Desde el punto de vista económico, la dinámica de las revoluciones permitió a la antigua élite (la *nomenklatura*) pasar desde la posesión colectiva de la propiedad del estado, a la posesión de la propiedad privada. El cambio al capital individual privado implica una pluralización del poder en la sociedad, comparado con lo que era la concentración del poder según el orden antiguo (Sparks, 2008: 47). Las revoluciones se mostraron necesarias para crear las condiciones para que las antiguas élites burocráticas colectivas se transformaran en una élite nueva, capitalista. Éstas permitieron el uso del poder político para transformar la propiedad de estado en propiedad privada. Sin embargo, paradójicamente, la idea de pluralismo predicada por la democracia, se verá abortada ante la dificultad de luchar en contra de la continuidad de la politización de los medios de comunicación, tal como se verá más adelante.

El proceso de transición también es visible a partir de su componente de orden cultural, que se manifiesta mediante las acciones y las actitudes humanas individuales. Desde la perspectiva cultural, el periodo de transición es un periodo caracterizado por una continuidad marcada por una herencia, manifestada a todos los niveles. Con otras palabras, los procesos de la transición y las reformas que suponen no tienen sólo una dimensión o finalidades económicas y políticas; ellos se manifiestan y atraen cambios o transformaciones, tanto en la esfera social, como en la cultural. Se puede decir entonces

que la transición hacía los nuevos modelos sociales basados en la economía de mercado ha empezado con la Revolución de diciembre de 1989, que ha transpuesto en realidad una necesidad política, económica, socio-cultural y psicológica de cambio.

En la visión de Sparks, los eventos que sucedieron en 1989 fueron revoluciones políticas y no sociales, dado que las mismas instituciones (policía, ejército, medios de comunicación) siguieron existiendo en el proceso transitorio a través de una visible continuidad a nivel de personal. Desde esta óptica, se considera que estas revoluciones fueron vistas sobre todo en términos de continuidad de las élites (2008: 62).

Se pueden identificar dos primeras fases comunes a la mayoría de las sociedades post-comunistas, aplicables a los distintos sectores: político, económico y cultural. La primera va desde el control total del estado, ejercido en todos aspectos de las sociedades hasta el control parcial durante la *glasnost*⁵. La segunda fase es la de la desregularización y de liberalización y fue marcada por el paso del control total al pluralismo limitado, donde la censura y la represión se ven reemplazadas por autocensura y control parcial. Mas allá de este punto, los senderos nacionales han llevado a los diferentes países en distintas direcciones. La explicación de estos caminos distintos va más allá de los aspectos mediáticos e incumbe a los aspectos más generales de la democratización (Gross, 2002). Mungiu-Pippidi (2008: 90) explica que la trayectoria de los países orientales está influida por su nivel de proximidad al Oeste y lo que ésta conlleva, y por sus propios pluralismos sociales (desarrollo de la sociedad civil, influido a su vez por una serie de factores). La misma dimensión geopolítica de la “teoría de la proximidad” geográfica está apoyada por Jakubowicz y Sükösd (2008: 28).

La fase de pluralismo, común a los países de Europa Central y del Este en los años 90, está seguida por una divergencia de caminos, que dejan ver un paisaje más democrático o más autocrático, según los casos de los diferentes tipos de comunismo que hubo en Europa del Este. La censura en la Unión Soviética, Rumania y Albania fue más drástica (Gross, 2002: 62) que en Polonia y en Yugoslavia (Mungiu-Pippidi, 2008: 90). De igual manera, la situación económica en algunos países de la región fue distinta de la de otros, en términos de índices macroeconómicos e inflación:

⁵ La *glasnost*, que se traduce del idioma ruso como *apertura* o *transparencia* es una política que consistió en la liberalización del sistema político y se llevó a cabo a la vez que la *perestroika* (reforma económica). Las dos reformas se pusieron en marcha por el líder de la Unión Soviética, Mijaíl Gorbachov entre los años 1985 -1991 (Hewett; Winston, 1991).

Some socialist economies inherited extreme macroeconomic imbalances in the form of open or repressed inflation. This group included Poland in 1989 and the former Soviet Union and Albania in 1990-91. There was, by contrast, relatively little macroeconomic instability in Czechoslovakia and Hungary. Bulgaria and Romania were in an intermediate position. Countries with extreme macroeconomic imbalances faced the double challenge of stabilizing and changing the economy at the same time (Balcerowicz, 1994: 81).

Sobre estas bases, la evolución ulterior a la caída del comunismo de los países de Europa del Este es significativamente distinta de aquella de los países de Europa Central donde el comunismo y la transición fueron más llevaderos.

Cabe mencionar que las primeras dos fases, que van desde el control total hasta el control parcial durante la *glasnost* y la desregulación –parcial o total, fueron comunes a la mayoría de las sociedades post-comunistas. La desregularización se produjo de manera directamente proporcional al peso del régimen comunista en el sector mediático descrito por Mungiu-Pippidi (2008). También se hizo de forma más rápida en Europa Central que en la antigua Unión Soviética, su proceso siendo directamente proporcional a la cantidad de inversión extranjera recibida:

Foreign investment in ownership and co-ownership of the media was extensive and rapidly undertaken in the Czech Republic, Hungary and Poland in the first five post-Communist years, whereas it was nonexistent or very limited in Albania, Bulgaria, Romania and the Slovak Republic until the second half of the first post-Communist decade (Gross, 2002: 64).

Si ubicamos a Europa del Este dentro del torbellino de cambios determinados por la expansión del capitalismo mundial generado por el fenómeno de la globalización, podemos afirmar, de acuerdo con Sava (2000: 29), que los cambios de índole político entre los años 1989-1991 son, en gran medida, una consecuencia de la expansión económica. De acuerdo con Sava, ningún país se puede sustraer al proceso de integración económica global.

En estas condiciones, la transición a nivel de Europa Central y del Este es la expresión de la compenetración de dos factores principales: un factor político –interno, que gestiona la transición y uno externo– regional y global, que determina y que

encamina la transición. Con otras palabras, la transición es un proceso nacional, condicionado de un factor externo (global) y que depende de un contexto regional (Sava, 2000: 39). La particularidad que caracteriza a los países de Europa del Este ha sido la velocidad del proceso, doblado por ciertos factores específicos a las regiones, como la falta de capital doméstico, de profesionalismo y de cultura política democrática.

El eco de las transiciones que se estaban desarrollando en los países vecinos se ha hecho sentir también en Rumania. La mezcla de modelos internos –impuestos por la evolución de la sociedad con el paso de la transición a nivel nacional– con modelos externos, tomados por el contacto con otras culturas, sociedades y organismos internacionales, como es el caso de la directiva de la Unión Europea (“Directiva del Consejo de 3 de octubre de 1989”, s.f.), aplicada a la *Ley del Audiovisual 504/2002* (“Legea audiovizualului 504/2002”, s.f.), determina una nueva realidad económica y socio-cultural. Según Cobianu-Bacanu (1994), esta confrontación de modelos externos e internos, tradicionales y modernos⁶, es considerada la solución más adecuada para cambiar el sistema de pensamiento y de acción a nivel de sociedad. Alexandru Zub coincide en que la dictadura ha impuesto mutaciones, cuyas consecuencias requerían de un período de ajustes en cuanto al cambio de mentalidades (1998: 26-27). La superposición de los procesos de transición interna sobre los procesos de transición a nivel global, particularmente los de Europa del Este, amplifica el ritmo y las proporciones del cambio, confiriendo nuevos significados a los procesos de transformación que tienen lugar en la Rumania contemporánea (Cobianu-Bacanu, 1994).

⁶ Cuando nos referimos a “moderno” como concepto antitético a la “tradición” en el caso específico de Rumanía en relación al proceso de transición a la democracia, coincidimos con la explicación del término dada por Marius Jucan (2004: 5), quien se refiere a una “aptitud” y una “actitud” de “sobrepasar” ciertas formas culturales y sociales consideradas como las últimas tendencias de desarrollo de las prácticas culturales y de las instituciones políticas. En la misma línea sugerida por Jucan, el concepto que tenemos en mente cuando hacemos referencia a la “modernidad” se refiere, por consiguiente, a la modificación del comportamiento cultural del individuo desde la perspectiva de la articulación de un cambio de visión respecto a la democracia (el paso de la ideología de una así llamada “democracia comunista” a los principios de una democracia liberal).

A continuación, se detallará el proceso de las transiciones mediáticas, que tuvieron un impacto destacado en las sociedades post-comunistas, como impulsoras en los procesos de transformación de la sociedad.

1.2 Las transiciones mediáticas en Europa Central y del Este

El desarrollo del sistema audiovisual poscomunista en Europa del Este se caracteriza por la introducción de modelos del oeste europeo, de televisiones del servicio público. Para muchos de los países en transición, la adaptación a modelos provenientes de Europa Occidental ha sido una de las condiciones en su devenir como países miembros de la Unión Europea.

El proceso de transición mediática obedece a leyes similares a las del proceso de transición a la democracia, siendo subordinado a procesos históricos que conmocionaron a las sociedades post-comunistas en un periodo de tiempo muy breve (Jakubowicz; Sükösd, 2008: 16).

Plasser, Ulram, y Waldrauch argumentan que la transformación política se lleva a cabo una vez superadas dos fases: la de transición y la de consolidación. La transición se define como la transformación de las instituciones de base políticas, legales y económicas según un modelo democrático, de acuerdo con criterios específicos a los regímenes democráticos, como la participación y el respeto a los derechos humanos y de las libertades. En cuanto a la consolidación democrática, ésta se refleja en varios aspectos, explicitados de la siguiente manera:

Democratic consolidation [...] aims at completing regime change by stabilizing the behavioral and attitudinal foundations of democracy. Consolidation thus denotes the continuous marginalization or elimination of behavior patterns incompatible with the base line of democracy and the stabilizing of those in harmony with it (Plasser *et al.*, 1998: 8).

En cuanto a los dos conceptos de transición y de consolidación, la transición se refiere a la transformación de las instituciones de base en la sociedad, mientras que la consolidación atañe a las actitudes y a los patrones comportamentales.

En base a esta distinción entre la transición y la consolidación democrática, se puede hacer referencia, respecto a los medios de comunicación, a la transición mediática y a la consolidación de la libertad de los medios. Según Bajomi-Lázár, la transición mediática se puede definir como la transformación de las instituciones mediáticas en un modelo democrático, a través de la abolición del monopolio estatal. El siguiente paso es el establecimiento de criterios mínimos y formales en cuanto a la libertad de los medios, como la declaración de la libertad de los medios y la creación de un paisaje mediático plural (Bajomi-Lázár, 2008: 78).

La principal tarea con la que se enfrentaron las sociedades poscomunistas en el campo de los medios de comunicación fue la implementación y aplicación de unas políticas que aseguraran un cambio considerable en el sistema de los medios, de los nuevos frente a los antiguos, existentes bajo el régimen comunista (Jakubowicz; Sükösd, 2008: 14).

1.2.1 La teoría de la continuidad y el “habitus” y sus repercusiones en la configuración del audiovisual en los países de Europa Central y Oriental

Richard A. Hall y Patrick O’Neil hablan de la herencia leninista como de un obstáculo en el camino de la libertad de los medios en el periodo de transición a la democracia en los países post-comunistas. “[...] because of the legacy of the Leninist political culture, post-Communist governments will attempt to subordinate the media to their wishes; they are not accustomed to the tolerance and freewheeling debate characteristic of a democracy” (Hall; O’Neil, 1998: 143).

Barbara Trionfi⁷ observa la misma continuidad en las élites políticas con implicación directa en los medios de comunicación:

Many of the current leaders of the post-Communist countries were a part of the old party states and maintain the same attitudes toward the media, asking journalists to perform ideological and educational task” (Trionfi, citada en

⁷ Barbara Trionfi trabaja como consejera en asuntos de libertad de expresión (*Press Freedom Advisor*) para la región Asia-Pacífico en el *Instituto Internacional de Prensa* de Viena, *International Press Institute*, <http://www.freemedia.at>.

Bajomi-Lázár, 2008: 80).

En cuanto a la herencia de la cultura política soviética, fruto de un periodo comunista desplegado a lo largo de varias décadas, se puede hacer referencia a la noción de “habitus”, desarrollada por Bourdieu (1991) en *El sentido práctico*. Bourdieu da cuenta de un conjunto de esquemas generativos de las disposiciones, a partir de las cuales los sujetos perciben el mundo. De acuerdo con estos esquemas, se puede afirmar que las prácticas que generan el “habitus” y que se han ido conformando durante un periodo amplio de historia de una sociedad, generan una interiorización de la estructura social, que ulteriormente determina ciertos patrones de comportamientos característicos a ciertas sociedades.

El *Diccionario Crítico de Ciencias Sociales* retoma el concepto, dándole una explicación más profundizada:

El habitus, interiorización de las estructuras a partir de las cuales el grupo social en el que se ha sido educado produce sus pensamientos y sus prácticas, formará un conjunto de esquemas prácticos de percepción –división del mundo en categorías–, apreciación –distinción entre lo bello y lo feo, lo adecuado y lo inadecuado, lo que vale la pena y lo que no vale la pena– y evaluación –distinción entre lo bueno y lo malo– a partir de los cuales se generarán las prácticas –las “elecciones” – de los agentes sociales (Martín Criado, 2009).

El hábito es, muchas veces, descrito como un “sentido práctico”, que favorece la inclinación para accionar y reaccionar en situaciones específicas y de una manera espontánea, que no surge de la obediencia de leyes. El hábito es el resultado de un largo proceso de inculcación que empieza temprano en la infancia, sedimentándose a lo largo de la vida (Bourdieu, 1993:5).

Consideramos, por consiguiente, que esta noción de “habitus” resulta adecuada para justificar la inculcación y el desarrollo de ciertos patrones de comportamiento dentro de las sociedades comunistas y su continuidad en el periodo post-comunista, que afecta en los comportamientos, en las percepciones y en las elecciones del conjunto de una sociedad. Además, explicamos a través de esta noción –más adelante con ejemplos– la alta politización de los canales de televisión privados, cuyos propietarios, al estar implicados en la política, deciden sobre los contenidos emitidos a través de sus canales–

lo que afecta en la pluralidad de las emisoras de televisión. Al mismo tiempo, consideramos que el hábito tiene que ver con la elección de los programas de televisión por las audiencias y su interés por algunos tipos de programas, frente a otros: por ejemplo, las audiencias manifestarán cierta predilección para las emisiones de entretenimiento y programas y series de ficción televisiva, a raíz de que fueron censuradas o prohibidas parcialmente o completamente durante el régimen comunista.

La continuidad del legado comunista, que justifica la componente comportamental, demuestra que los ajustes a las ideas democráticas llevan su tiempo y que los países post-comunistas siguieron conviviendo, después de la transformación política, con una cultura política no democrática.

En Europa del Este, la cultura post-comunista siguió, y, en algunas ocasiones, sigue luchando con las persistentes mentalidades no democráticas y con las actitudes, hábitos, valores y comportamientos no liberales. Por tanto, las instituciones y las políticas implementadas están basadas en las culturas institucionales, profesionales, políticas conformadas durante el periodo comunista (Gross, 2008: 131). Desde una perspectiva similar, Jucan, afirma:

[...] în România a avut loc o tranziție socială și politică, dar practicile culturale ale tranziției continuă să reflecte un comportament cultural similar cu cel al vechiului regim politic, ceea ce apare la etalonarea tranziției actuale în raport cu standardele europene ori internaționale, cu atât mai mult cu cât din punctul de vedere al unei analize a practicilor culturale, investigarea unei asemenea tranziții ar trebui să reliefeze percepții noi ale realității în imaginarul cultural și utopismul social, ca surse ale unei schimbări de durată⁸ (2004: 5).

En la misma línea enunciada por Sowell, conforme a la que “history recorded is the history of peoples and nations, but the patterns that emerge are patterns of cultures”

⁸ “[...] en Rumania hubo una transición social y política, pero las prácticas culturales de la transición siguen reflejando un comportamiento cultural similar al manifestado durante el antiguo régimen político, que es visible a la hora de enmarcar la transición actual en los estándares europeos o internacionales, aún más cuando desde el punto de vista de un análisis de las prácticas culturales la investigación sobre una transición debería reflejar nuevas percepciones de la realidad en el imaginario cultural y las expectativas sociales, originadas en un cambio a largo plazo” (traducción de la autora).

(1994:7), Gross reflexiona sobre los patrones culturales, que influyen en el avance económico y social de la humanidad:

History shapes culture (values, attitudes, behaviour etc.), which configures not only the nature of politics and political and economic systems but the way elites and non-elites behave; in turn, both the nature of these systems and the behaviour of elites contribute to the establishment of the institutional cultures that ultimately define the professional cultures functional in a society. There are outside influences that affect fundamental cultures to be sure, but the latter have a way of adapting these more than adopting them (2008:138).

Las instituciones mediáticas que surgieron en la transición fueron altamente influidas por la élite política. Es manifiesto resaltar, tal y como lo hace Sparks (2008: 47), el hecho de que hubo una continuidad en cuanto a las instituciones y el personal empleado por ellas. Durante los primeros años después de la caída del comunismo, las televisiones quedaron prácticamente intactas en su estructura interna y en su posición social. Con la desregulación y con la orientación hacia la economía de mercado, las emisoras antiguas se privatizan, pero aún así mantienen una gran proporción del personal previamente contratado (2008: 47).

La tesis de la continuidad permite explicar algunos rasgos importantes de la transición y en qué medida el hábito influye la preferencia de las audiencias para ciertos tipos de programas televisivos. En esta tesis, sirve para comprender la situación general y la de los medios en particular, resaltando puntos comunes entre los países de Europa Central y del Este.

1.2.2 Liberalización y desregularización mediática. La economía de mercado en los países ex-socialistas

El cambio operado dentro del sector audiovisual implica la desregularización de los canales de televisión pública y el surgimiento inmediato de nuevos canales privados, en su mayoría a través de la televisión satelital. Es a partir de este momento que el flujo de programas de entretenimiento y, sobre todo, de telenovelas latinoamericanas se vuelve cada vez más importante.

Para comprender las razones por las cuales Europa del Este se ha orientado inicialmente hacía la importación de telenovelas, es necesario abrir un paréntesis dedicado al funcionamiento de las cadenas públicas y privadas en estos países. En relación a la titularidad de las televisiones en Europa del Este, cabe mencionar que los países comparten rasgos comunes, tanto por la componente histórica del comunismo, que ha marcado los medios audiovisuales, como por la redistribución post-comunista de los canales públicos y privados.

Si en la “Edad de Oro” del comunismo la población tenía acceso a un único canal de televisión controlado por el estado y que servía de máquina de propaganda del estado, la caída del comunismo trajo consigo la pluralidad en la televisión. Hoy en día, los canales públicos conviven con los privados. Los canales públicos se benefician de mayor cobertura, llegando hasta el 85-90% de los hogares nacionales. A diferencia de los canales privados, que están sometidos a un control menos estricto en términos de publicidad y de contenidos, los canales públicos tienen normas más estrictas de transmisión, reguladas por actas específicas a cada país. En términos de audiencia, los canales públicos siguen ocupando las primeras posiciones por su carácter generalista, orientado hacía la inclusión de las minorías y de alcance a nivel nacional, disputándose a veces las cuotas con las televisiones privadas. Debido a la pluralidad de opciones, las audiencias muestran una tendencia fragmentaria, dividiéndose entre varios canales, pero concentrándose alrededor de los más importantes del mercado.

A finales de la década de los 80, la liberalización y la desregularización de los medios de comunicación fue un axioma de la transformación política en los países de Europa Central y Oriental (Bajomi-Lázár, 2008: 73). Siguiendo la misma línea de la transición política, la orientación ideológica hacía las políticas neoliberales, secundada por el desarrollo tecnológico, trajo consigo una reestructuración de la configuración televisiva existente durante los regímenes comunistas. Así, el monopolio del servicio público fue reemplazado por un duopolio, representado por la televisión pública y la televisión privada comercial. El papel tradicional de la televisión, sometida al control de estado fue cambiado por las lógicas capitalistas que obedecen los canales de televisión privados –en su mayoría propiedad de importantes conglomerados mediáticos occidentales, o que ulteriormente llegaron a ser adquiridos por ellos (Jakubowicz; Sükösd, 2008; Esser, 2009: 23). Un buen ejemplo de semejante conglomerado de origen occidental y con implantaciones en un gran número de los países post-comunistas de Europa Central y del este es *Central European Media Enterprises (CME)*. Tiene su sede

en Bermudas (Reino Unido) y opera en seis mercados: la República Checa, Croacia, Rumania, Eslovaquia y Bulgaria. Tiene en estos países un total de 34 canales comerciales y de pago, siendo propietario de la productora de películas y de programas de televisión, *MediaPro Pictures*. Otro grupo de origen occidental, cuya presencia destaca en Europa Central y del este es el *SBS Broadcasting Group*, con canales de televisión comercial en Hungría, Rumanía y Serbia.

A principios de los años noventa, los gobiernos poscomunistas de Europa Oriental han iniciado el proceso de cambio de los sistemas nacionales audiovisuales a través de la apertura al mercado para los competidores privados. Al mismo tiempo, han procedido a transformar las televisiones de estado en instituciones más independientes, con misiones de orden público. El grado de éxito de las reformas en el sector audiovisual ha reflejado el ritmo de transformaciones de cada uno de estos países. En Rumania, la década de los 90 ha sido un periodo propicio para los inversores locales y foráneos, que han financiado la creación de nuevos canales de televisión, contribuyendo así a transformar el audiovisual en una industria dinámica y obligando a la televisión nacional a reestructurar sus servicios, para hacer frente a la competencia.

El modelo de la desmonopolización, la desregularización y la liberalización de los medios de comunicación masivos es el mismo que fue aplicado en el mundo occidental, donde el triunfo del neoliberalismo, la reducción del intervencionismo público y la abolición del monopolio estatal de difusión permitieron el surgimiento de un sector privado dentro del sistema audiovisual (Jakubowicz; Sükösd, 2008: 16).

El desarrollo de los sistemas mediáticos en Europa Central y del Este en el periodo post-soviético se produjo bajo la influencia de factores políticos y sociales, dirigiéndose hacia la privatización de los servicios de transmisión televisiva. A pesar de las diferencias históricas, sociales y políticas entre los países, factores exógenos como la “americanización” y endógenos como la “modernización” y la “comercialización” han contribuido a una homogeneización de los sistemas, borrando los marcos de distinción entre los países, correspondiente a la globalización.

Las lógicas económicas de la globalización han tenido una influencia relevante tanto a nivel cultural, como político. A nivel cultural, las teorías económicas destacan la desregularización del mercado. A nivel político, se habla del liberalismo político. Estados Unidos se ha dirigido hacia Europa Central y del Este en el contexto de las transiciones con el fin de diseminar las políticas de globalización económica

estadounidense en los nuevos mercados vírgenes, creados tras la caída del comunismo (Olgiati, 2010: 287).

La subordinación de los medios a los imperativos comerciales constituye un cambio considerable en Europa del Este, que había contado, durante un largo periodo, con un monopolio de estado en el campo de la transmisión televisiva. La privatización supone la transferencia del dominio del estado a la iniciativa privada, representada por compañías o individuos (Sparks, 2008: 52).

La orientación hacía una economía de mercado fue un proceso altamente politizado. Las oportunidades económicas, al igual que la concesión de licencias a nuevos canales comerciales, priorizaban a los intereses políticos. En este caso, los contactos políticos eran esenciales para las franquicias (Sparks, 2008: 47).

La premisa que prevalece en la teoría contemporánea de los medios de comunicación es que la concentración de la propiedad conduce a la disminución de la diversidad de contenidos de los medios, lo que lleva, consequentemente, a una disminución de la pluralidad de los programas en términos tanto culturales, como sociales y políticos (Peruško; Popovic, 2008: 165). Así, el mercado juega un papel importante en la práctica de la democracia, interrelacionándose con los sistemas social y político. Este papel del mercado y la libre empresa es todavía más manifiesto en Europa Central y Oriental, que ha experimentado el fracaso de la "economía planificada" del sistema socialista (2008:166).

El aumento del número de grupos mediáticos pertenecientes a distintos propietarios, que producen diversos tipos de contenido, es una consecuencia directa de la introducción del mercado de los sistemas de libre empresa en los países de Europa Central y del Este. Donde antes el paisaje mediático era austero, conformado por empresas mediáticas monopolizadas por el estado, se crean nuevas compañías libres de las restricciones políticas y de la censura.

En el caso específico de Rumania, la aparición de unos canales comerciales poderosos, con programas de entretenimiento atrayentes en la esfera de la ficción – como las series televisivas y las telenovelas, con emisiones concebidas a partir de la idea de sensacionalismo mediático– ha hecho que la televisión pública perdiera parte de sus audiencias. Esta situación ha sido favorecida, además, por problemas organizacionales relacionados con la descentralización, la renovación de las políticas de management y de externalización de la producción. Junto con la desestructuración del sector audiovisual mediante la *Ley del Audiovisual de 1992*, “se ha producido una

erosión lenta, pero irreversible del sistema público; esta erosión ha superado en magnitud las pérdidas, teóricamente aceptadas, de público, prestigio e identidad – pérdidas normales en un proceso de transición desde una posición de monopolio a una de actor mayor en un mercado poblado por numerosos competidores” (Coman, 2003a: 97). La apertura de los mercados mediáticos atrajo la inserción en el contexto global de países de Europa del Este ya forman parte de la Unión Europea (Peruško; Popovic, 2008: 166). A partir de estas considerantes, se puede concluir que al proceso político de transición del comunismo a la democracia en Rumania le corresponde, en el ámbito audiovisual, una transición desde el monopolio de estado y la censura a la pluralidad y a la libertad de expresión.

Con el desarrollo actual de las nuevas tecnologías de transmisión multi-soporte y con la digitalización de la señal de televisión que determina la convergencia tecnológica, los cambios que se operan a todos los niveles del espacio mediático requieren de mayores ajustes por parte de los países de Europa del Este y, sobre todo, de los que son parte de la Unión Europea. La transición de la televisión analógica terrestre a la TDT se encuentra en diferentes etapas. El apagón analógico está establecido para diferentes años, según los países. En el cuarto capítulo volveremos a este tema, haciendo referencia a cada país representativo para nuestro estudio.

1.2.3 Perspectiva comparativa del panorama mediático de los países de Europa Central y del Este

Los debates contemporáneos con respecto al estudio comparativo de los sistemas mediáticos se deben principalmente al trabajo de Hallin y Mancini (2004), que analiza los sistemas mediáticos de Europa Occidental y de América del Norte. Desde su perspectiva, el desarrollo de los medios de comunicación en el contexto de un “paralelismo sistémico” entre varios países, representa un interesante punto de partida para el estudio de los medios de comunicación en las transiciones de la región de Europa Central y del Este, en cuanto a la relación entre los sistemas políticos y los sistemas mediáticos. La necesidad de un semejante estudio comparativo⁹ se vio

⁹ Aunque los países de Europa Central y del Este compartan los mismos antecedentes históricos, con diferentes matices de país a país, la diversidad cultural existente y la trayectoria de los sistemas mediáticos durante los procesos de transición los hacen heterogéneos.

cumplida parcialmente, dada su limitación geográfica en cuanto al análisis de las democracias en Estados Unidos y en dieciocho países de Europa Occidental e histórico, en cuanto al periodo comprendido entre el fin de la Segunda Guerra Mundial y la Guerra Fría (Mihelj; Downey, 2012: 3-4). Por “limitación geográfica” nos referimos, más concretamente, a la exclusión de los países de Europa Central y del Este de este estudio, como siendo parte de una región en la que se han operado modificaciones significativas a nivel de instituciones mediáticas, determinadas por cambios políticos y sociales.

Sin embargo, un estudio relativamente reciente (Štětka, 2012a), con el título *Back to the Local? Transnational Media Flows and Audience Consumption Patterns in Central and Eastern Europe*, consigue ofrecer una visión comparativa de las transiciones mediáticas en Europa Central y del Este y de los flujos de programación televisiva que se llegan a esta parte de Europa desde el Occidente. Este estudio ve la luz del día en el año 2012, que es el momento cuando empiezan a surgir los estudios más específicos y detallados sobre los países de esta región, que previamente no habían constituido objeto de investigaciones científicas profundizadas.

El grado de éxito de la transformación de los medios en los países de Europa Central y Oriental se ha considerado en base a datos fragmentados y a descripciones cualitativas de los paisajes mediáticos de los distintos países post-comunistas (Bajomi-Lázár, 2008: 76). A pesar del número importante de trabajos de investigación dedicados a estudiar la transformación de los medios en esta parte de Europa (Splichal, 1994; Gross, 2002; Sparks y Reading, 1998), coincidimos con Bajomi-Lázár en que, hasta el momento, no se han elaborado teorías que pudieran encajar en un análisis sistemático del proceso. En su mayoría, los estudios ya existentes se centran, desde una visión política, en la transición de los medios del totalitarismo hacia la liberalización, examinando más bien el proceso a los que están sometidos los medios, sin hacer hincapié en su estructura y funcionamiento.

El estudio comparativo de Štětka, mencionado más arriba, sobre la transformación de los medios en la región de Europa del Este, se ha ubicado alrededor de los aspectos estructurales económicos del proceso, relativos a la concentración de la propiedad y, particularmente, a los cambios producidos a nivel de legislación mediática. Específicamente, el foco se dirige hacia la armonización de las leyes nacionales con las leyes dadas por la Unión Europea. Lo que ha quedado casi sin explorar en términos de cambio mediático en las sociedades post-comunistas ha sido el carácter, la intensidad y

la dirección de los flujos de comunicación, manifestados a través de los cambios en las estructuras de la programación televisiva y la cantidad y especificidad de los programas importados/exportados (Štětka, 2012a: 157). Como consecuencia, la literatura existente sobre la transformación de los medios ha sido criticada, por no cubrir todos los aspectos de los procesos y por fallar en explicar las diferencias regionales (Downing, 1996).

Por otro lado, los estudios focalizados en la transformación de los sistemas políticos, económicos y de la sociedad civil (Linz; Stepan, 1996; Plasser *et al.*, 1998) dedican menos atención para explorar las particularidades de transformación de los medios de comunicación de masas, a pesar del papel central que éstos cubren dentro de los procesos de transición a la democracia.

La idea de “consolidación de la libertad de los medios de comunicación masivos” puede ayudar, según Bajomi-Lázár, a explicar tanto el proceso de transformación mediática desde el déficit de la libertad de expresión en los años 90 y principios de siglo XXI, como las diferencias situacionales de libertad de un país post-comunista a otro (2008: 76). De hecho, el estudio efectuado por Jakubowicz y Sükösd (2008: 29) demuestra que existen unas diferencias considerables entre los grupos de países post-comunistas en cuanto al nivel de libertad de los medios de comunicación. La libertad no es respetada en varios países que estuvieron bajo régimen soviético, mientras que otros grupos de países, como los Bálticos o los países de Europa Central son comparables a las democracias consolidadas.

Según Jakubowicz y Sükösd (2008:17), las principales tendencias en la evolución de los sistemas mediáticos en los países post-comunistas se identifican a través de los siguientes procesos, que estuvieron también a base de los cambios mediáticos producidos en Europa Occidental y, en un sentido más amplio, a nivel internacional: desmonopolización y re-monopolización; comercialización de los contenidos mediáticos (mediante el desarrollo de los programas de entretenimiento y la representación sensacionalista del contenido político); cambios en la independencia y las libertades mediáticas; democratización de los medios; pluralismo y diversidad; profesionalización de los empleados en los sectores mediáticos; desarrollo de un servicio público de transmisión audiovisual, a partir del servicio que estaba bajo el control estatal; y, finalmente, internacionalización, europeización y globalización de los contenidos transmitidos y de la propiedad de los grupos mediáticos.

Estas transformaciones tienen como sustrato los cambios normativos legales que se manifiestan, según de Smaele (2009), como dos olas de “armonización” de las leyes

mediáticas nacionales en los países de Europa Central y del Este con el occidente. Identifica una primera ola de cambio en cuanto a dichas leyes tuvo lugar entre los años 1991 y 1996, como resultado de las transformaciones que se operaron en los sistemas político, económico y social de los países. Estas leyes promulgaban el fin del monopolio de estado de la prensa, de la radio, de la televisión y de las industrias cinematográficas y configuraban un sistema mediático amoldado a cada país¹⁰, señalando que las nuevas leyes reflejan la hibridación y la adaptación de distintos modelos occidentales (de Smaele, 2009: 16). La segunda ola de legislación mediática de armonización a nivel europeo fue determinada por la alineación a las leyes de la Unión Europea, a partir de 1998, aunque concentrada entre los años 2000-2002. Todas las leyes nacionales relevantes fueron objeto de numerosas correcciones y modificaciones por nuevas leyes, dictadas por la necesidad de adaptar las distintas legislaciones nacionales a la directiva europea de la *Televisión sin Fronteras* –aspectos que se detallarán más adelante en este capítulo.

La televisión ha conocido una evolución parecida –aunque no simultánea– tanto en Europa Occidental como en la Oriental. Este proceso ha sido más acelerado en este último caso. El deseo de “europeización” de la organización de los sistemas sociales, políticos y económicos ha significado para el sector audiovisual de Europa del Este el intento de alineación a los modelos legislativos y a todos los demás mecanismos de operación de la televisión occidental.

La adaptación de los sistemas occidentales en los países ex-socialistas se ha caracterizado por una gran dosis de mimetismo, mediante la trasplantación –muchas veces sin cambiar– de estructuras institucionales y de modelos de políticas aplicados a los medios (Jakubowicz; Sükösd 2008:19; Cobianu-Bacanu:1994) En muchos de los casos, se registraron fracasos, debidos a la falta de una serie de prerequisites, necesarios para la implementación exitosa de unos medios independientes y de un sistema audiovisual público en sociedades que se encontraban en procesos de transformación social, política y cultural.

En el caso rumano, el sistema de valores y de modelos del periodo de transición se orienta hacia una lenta y larga asimilación de valores del mundo occidental. La

¹⁰ La liberalización de los servicios de televisión se ha producido en Polonia en 1991, en Croacia, Letonia, Lituania, Macedonia, Rusia e Ucrania en 1992 y en Rumania y Finlandia, en 1993. Siguieron Bulgaria y Bielorrusia en 1995 y Letonia y Eslovaquia en 1996 (Nicolau, 2009: 29).

identificación de los valores “prestados” y de su especificidad es relevante dentro de este proceso, por el grado de transformación, enriquecimiento y re-interpretación dentro de la nueva sociedad¹¹.

En el horizonte se prefiguran otros modelos culturales y otras jerarquías de valores relacionadas con las nuevas exigencias y necesidades de la vida social. La adaptación a estos requerimientos, constituye un rasgo fundamental de la transición en Rumania.

A este nivel, podemos afirmar que la adopción de modelos culturales occidentales es un proceso de crecimiento tanto desde la política económica y cultural actual, que intenta establecer acuerdos bilaterales con los países europeos, como desde el intercambio cultural entre los pueblos. La idea de alineación a los estándares de los demás países europeos pueda suponer una serie de cambios a nivel de cultura y valores tradicionales. Por lo tanto, es deseable que dichos valores, auténticos y definitorios para los pueblos, se preserven (Cobianu-Bacanu, 1994: 87).

1.3 La situación del audiovisual en la Rumanía de la transición

Durante el periodo de transición, tanto la sociedad rumana como otros países de Europa Central y del Este experimentan un cambio radical, visible particularmente en la evolución desde un estado de ausencia de la democracia y de la libertad de expresión, a la implementación de valores democráticos fundamentales.

En el caso rumano, las realidades de la sociedad post-revolución se reflejan en la diversificación y la expansión de los medios de comunicación de masas, además de los cambios políticos y económicos. El desarrollo del audiovisual se manifiesta, sobre todo, a través de la multiplicación de los canales de emisión públicos y privados, mediante una extensa red de televisión por cable. Se refleja, además, en la comercialización de una gran variedad de cintas de video, el acceso a las televisiones de otros países y la recepción de emisiones video a través del satélite.

¹¹ Así es como se puede explicar la adopción de modelos occidentales, no solo de vida política y económica, sino también de modelos y formatos audiovisuales procedentes de otros países. Podríamos afirmar que, a micro-nivel, es el caso del modelo de la telenovela que se adopta para la creación de telenovelas nacionales, por cierta falta de confianza en los modelos autóctonos o por su minusvaloración en acuerdo con el estereotipo de que “todo lo que viene de fuera es mejor”.

Como resultado de la apertura social y de la democratización de la sociedad, ocurren cambios remarcables a nivel de liberalización del sector y del mercado audiovisual. Esta apertura hacía los mercados internacionales, que determina una “explosión” de los medios de comunicación después de diciembre de 1989, es un aspecto de interés para nuestra investigación en el contexto de la transición, merecedor de una atención particular, con el fin de rastrear los orígenes de la llegada de series norteamericanas y de telenovelas a Rumania.

1.3.1 La “tele-revolución” como desencadenante de la transición mediática en Rumania

Diciembre de 1989 es el año cuando se produce la revolución comunicacional en la mayoría de los países ex comunistas. El efecto explosivo de la reconquista de la libertad de información y de comunicación, con ocasión de los eventos de diciembre de 1989, atrajo como consecuencia inmediata el crecimiento del consumo mediático, del número de periódicos y de otras publicaciones. También se ponen en funcionamiento, o se crean nuevos canales locales de radio y de televisión.

Enfocándonos en el caso de Rumania, al hablar de la transición mediática, es interesante explicar brevemente porqué la revolución del 1989 se percibió, a parte de como revolución social, también como una “revolución mediática” o “tele-revolución”: una revolución de las imágenes, a través de la implicación directa de la televisión en los eventos del diciembre revolucionario rumano. La televisión se convirtió no solo en sede de la revolución y del nuevo poder provisional, sino que también fue transmisora en directo de la caída del régimen comunista, una revolución sangrienta, cuyas atrocidades han sido emitidas en los cuatro rincones del planeta. Desde una institución casi personalizada a servicio de los dictadores, la televisión se convirtió, de repente, en espacio inaugural y en símbolo de la liberación del yugo de la tiranía, jugando un papel de catalizador de la revolución. “S-a avut impresia că regimul ceaușist a pierdut dominația asupra țării în momentul în care el a pierdut stăpânirea asupra unei jumătăți de metru de ecran”¹² (Drăgan, 1993: 3).

¹² “Tuvimos la impresión de que el régimen de Ceaușescu perdió su dominio sobre el país en el momento en que él perdió su supremacía sobre medio metro de pantalla” (traducción de la autora).

La Revolución rumana se puede percibir como el preludio de una mutación en lo que concierne la mediatización, abriendo un periodo de toma de conciencia popular. La revolución rumana ha sido llamada “la tele-revolución rumana” o la “revolución en directo”. Se podría considerar entonces que la televisión es determinante para la mediatización del evento de la revolución, que llega a su punto álgido en el momento en el que realidad y representación audiovisual se vuelven indisociables. La distinción entre lo que hay de veraz de las imágenes del derrocamiento de Ceaușescu y lo que se supone que es una puesta en escena se vuelve casi imposible, llegándose a una simulación cerca de la perfección de la autenticidad histórica. Poco después de la muerte de la pareja Ceaușescu, hubo información que señalaba que no fue el dictador el que había sido fusilado, sino que una sosía suya, lo que generó confusión en la población. Lo que dejó lugar al equívoco y a las especulaciones fue el rodaje truncado del proceso y de la ejecución (Cărtianu, 2010: 395-396). Esta mediatización “mitológica”, que se llevó a cabo en el mismo mes de diciembre de 1989, el día 25, se ha concretado a través de la “información-espectáculo” en un “show mediático”, llegando a confundir la información subjetiva con los eventos reales e ilustrando, de tal manera, un poder mágico de transformar el mito y el imaginario en realidad – lo que se convierte en una ocasión de desinformación de las más sutiles¹³ (Drăgan, 1993: 6).

Esta idea se ve reflejada en las palabras de Gina Stoicescu, profesora de origen rumano en el Departamento de Comunicaciones de la Universidad Québec de Montréal, quien explica la fina línea que separa los sistemas mediáticos occidentales y los nuevos sistemas mediáticos creados en Europa Central y del Este, según el modelo de los primeros, obedeciendo a los mismos criterios de resaltar lo espectacular a partir de hechos reales:

Întâlnirea a două sisteme mediatice – cel occidental, în căutarea scoop-ului și a spectacolului și a celui ieșit dintr-odată din chingile totalitarismului și bazat adesea pe rumori – va face ca noutățile să devină episoade ale unei serii produse

¹³ El sondeo realizado por el Instituto de Sociología rumano en julio de 1991 tuvo como finalidad la evaluación de cómo fue percibida la llamada “tele-revolución” por el público. Las respuestas del público se reparten de la siguiente forma: : un 33,14% considera que los hechos presentados fueron reales; un 19,17% creen que fue una puesta en escena; un 12,87% considera que algunos de los hechos fueron exagerados; un 7,10% opta por la desinformación intencionada; un 6,40%; reclama la puesta bajo el silencio de algunos hechos; y un 20,79% no opinaron (Drăgan, 1993: 5).

în direct, a căror simbolică – acțiune, sânge – și retorică – oroare, infamie, nebunie – au asigurat cote de ascultare de o performanță inegalată¹⁴ (Drăgan, 1993:5).

Según Gina Stoicescu, el lenguaje mediático está empleado, en el caso de la revolución en directo de Rumania, para justificar y legitimar una construcción intencionada de la realidad: “Când factualul este în dezordine și în criză se prefera interpretarea lui după un scenariu mitic care, pe de o parte, aduce ordine psihologică într-o dezordine socială, și, pe de altă parte, ne liniștește în așteptările noastre imaginare”¹⁵ (Drăgan, 1993:6).

Esta misma lógica se podría aplicar también en el caso de la orientación del público de los países ex-comunistas, en el periodo inmediato después de la caída de los regímenes comunistas, hacia el consumo masivo de series de ficción televisiva. Éstas actuarían como una panacea de efecto inmediato y repetitivo ante la percepción del ambiente general de crisis a todos los niveles de la sociedad, que lo caracteriza.

Volviendo al papel de la televisión, que se convierte en centro político-militar de la revolución, ésta abre una gran ventana a la liberación y, al mismo tiempo, a la ensoñación de la sociedad, a través de la pantalla, que, durante el totalitarismo, estaba monopolizada por la dictadura. La mediatización de la revolución será el reflejo de la convergencia de la realidad y de lo imaginario: la explosión popular parecía significar la victoria total de la revolución y la ilusión del consenso nacional en el cambio histórico de la sociedad, cuando se trataba, más bien, del principio dramático de un proceso que tendría un seguimiento cada vez más distorsionado.

La influencia de los nuevos partidos políticos creados después de la Revolución, tanto en la televisión como en la prensa escrita, llegó a ser tan evidente, de manera que la prensa independiente no consiguió afirmar una identidad distinta. Es más: a prensa estuvo subordinada totalmente al nuevo poder, reflejando las convulsiones, las

¹⁴ “El encuentro de dos sistemas mediáticos –el occidental, en búsqueda del *scoop* y del espectáculo y del que está apenas salido del yugo totalitario y a menudo basado en rumores– hará que las noticias se conviertan en episodios de una serie producida en directo, cuya simbología –acción, sangre– y retórica –horror, infamia, locura – han asegurado cuotas de audiencias inigualables” (traducción de la autora).

¹⁵ “Cuando hay un desorden general en un periodo de crisis, se prefiere su interpretación según un escenario mítico que, por un lado, trae orden psicológico en un desorden social y, por otro lado, nos tranquiliza en cuanto a nuestras expectativas imaginarias” (traducción de la autora).

incertidumbres y las frustraciones de la transición, de modo que se produjo una deformación de la prensa en relación al espacio público.

Después de la Revolución, la televisión adquiere una imagen mejorada dentro de la percepción del gran público. A diferencia del pasado comunista, cuando la televisión servía exclusivamente a los intereses del dictador, en los momentos posteriores a la Revolución, ésta tiende a expresar los valores comunes del pueblo en su conjunto, convirtiéndose en un factor unificador de símbolos. En un periodo de disminución considerable de la cohesión social –como es el caso de la transición post-comunista– la orientación de la programación televisiva determina la participación de las personas dentro de un núcleo común de actitudes y de valores sociales, lo que favorece la apreciación positiva de la televisión, como servicio público nacional.

Sin embargo, la “tele-revolución” rumana marcó también el inicio de la revolución en materia de comunicación, de expresión pública y de acción social – libertad de asociación y de expresión, libertad de la palabra y libertad religiosa. La información y el derecho de manifestación pública se convierten en el principal campo de la libertad reconquistada. La libertad de la comunicación, como primer paso hacia la democracia, se instala y se se propaga casi instantáneamente en la prensa escrita, ilustrada a través de periódicos de información general ya consagrados en el país, como *Adevărul / La Verdad* – que fue fundado en 1888, pero también de creación postrevolucionaria, como *Evenimentul Zilei / El Evento del Día*, fundado en el año 1992. Los medios de información se convierten en símbolos y, en cierta medida, en motores del cambio: la sociedad entera está conectada, casi sin interrupción, al flujo de las imágenes y de la información. Tomando en cuenta el hecho de que los medios de comunicación ocupan un lugar de primera importancia en la transición post-totalitaria, el símbolo clave de todo el desarrollo mediático de los eventos es la libertad.

En este sentido, la transición de la dictadura (censura, monopolio de la información y represión drástica de la opinión pública) a la libertad de la comunicación requiere de un camino relativamente largo, aparentemente más fácil de seguir que el de la reforma y de la transición a la economía de mercado, pero, sin embargo, sinuoso (Drăgan, 1993).

Las tentativas de romper con el monopolio de estado y de introducir el pluralismo en la televisión rumana han constituido una de las dimensiones clave de la lucha política de la transición. Los objetivos fueron múltiples: incrementar el tiempo de acceso de la oposición a la antena, la introducción de reglas y mecanismos para hacer

operacionales las exigencias de la neutralidad de la información, la creación de puestos de televisión local y de un puesto nacional privado de televisión y el aumento del control del parlamento sobre la televisión, para equilibrar las posiciones y el acceso de los distintos segmentos políticos a los programas de televisión (Drăgan, 1993).

De esta manera, el papel que juega la televisión, presente en cada momento de la reconfiguración del pueblo como nación libre, es significativo en la aparición de una sociedad civil incipiente y del pluralismo político (Gross, 1996: 38).

1.3.2 El paisaje audiovisual rumano antes y después de la caída del comunismo: del monopolio al pluralismo

Durante el periodo comunista en Rumania (1947-1989), la prensa y el audiovisual han tenido unas características contrarias a lo que es la transparencia que debería manifestar en condiciones de libertad democrática, aunque durante este largo periodo también hubo momentos de cierta relajación en la censura. Destaca, en este sentido, aquella que caracterizó los últimos años de la década de los 60, cuando la censura fue menos rígida, de tal forma que se pudo establecer cierta comunicación con el exterior a nivel de colaboraciones en cuanto a co-producciones e importaciones de contenidos audiovisuales, sobre los que volveremos de forma más detallada más adelante. A parte de este periodo en concreto, en la Rumanía comunista, los medios de comunicación estuvieron caracterizados por la censura, la manipulación de la información y la construcción de una falsa realidad. Así, la prensa se enajenó de los parámetros de profesionalismos reconocidos en el mundo libre (Gross, 1996: 3). El periodismo escrito y el audiovisual fueron prácticamente aniquilados. La población rumana recibía en cambio un sistema de información reiterada y limitada con el fin de convencer, animar, amenazar y disimular. Ignorar los eventos y las ideas o distorsionarlas estaba al orden del día¹⁶.

¹⁶ Tal como afirma P. Gross (1996:24), en Rumania durante el periodo comunista no se ha desarrollado un periodismo separado del periodismo de origen marxista-leninista, lo que ha tenido como consecuencias:

- a) La ausencia de una prensa autóctona no partidaria ha tenido una consecuencia negativa sobre la formación de una conciencia democrática, de la organización de un movimiento de disidencia coherente y articulada que desemboque en una sociedad poscomunista;

Para hacerse una idea clara sobre los cambios que tuvieron lugar en Rumania en el campo de los medios de comunicación durante el periodo post-totalitario, cabe mencionar que Ceaușescu había reducido las emisiones diarias de la televisión rumana a solo dos horas, de las cuales solo 10 minutos se emitía en color, en el periodo de “escasez”, caracterizado por máxima censura, al que volveremos más adelante a lo largo del presente capítulo. Durante el régimen comunista, el concepto de “televisión” reflejaba en la mente del pueblo las imágenes de algunas horas de propaganda emitidas por la televisión del Estado, siendo más bien empleada como un instrumento ideológico del comunismo.

El año 1989 representa un antes y un después en la historia de la televisión en Rumania, marcando al mismo tiempo el inicio de la transición mediática.

Durante el periodo de transición dominado por la crisis del sistema social, que fue determinada por la desaparición de un día al otro de los antiguos marcos de referencia que guiaban al conjunto de la población, los medios de comunicación rumanos han pasado por distintas fases: desde la toma de posición política y después la neutralidad, para llegar finalmente a orientarse hacia la diversión y el sensacionalismo¹⁷ (Gross, 1996: 159).

La crisis del sistema social tiene como contraparte una crisis de la televisión pública, debida particularmente al paso del monopolio a la concurrencia con nuevos grupos mediáticos:

[...] la actividad de la televisión pública, a falta de competidores, se basaba en una *lógica de la oferta*: la gran presunción de la televisión pública era “darle al público lo que necesitaba”. [...] Con el paso a una pluralidad de empresas concurrentes la actividad televisiva se ha organizado en base a una *lógica de la*

b) La prensa libre se tradujo a partir de 1989 en una especie de catarsis nacional e individual expresando las frustraciones acumuladas.

El público, acostumbrado a la prensa comunista no sabía cómo reaccionar frente los nuevos medios caracterizados por una emergente libertad de expresión.

¹⁷ Un aumento de esta tendencia se puede justificar por la necesidad de incrementar las audiencias y de obtener ganancias económicas, notándose en este sentido una aproximación a la adquisición de programas de entretenimiento seriales, baratos.

*demanda*¹⁸. La función en torno a la cual se organiza la actividad televisiva es ahora la del consumo (Richeri, 1994: 51).

Valentín Nicolau¹⁹ puntualiza el papel de la televisión pública rumana en el proceso de transición del comunismo a la democracia, que también pasa por una crisis de identidad, debida al proceso de liberalización llevada a cabo en un plazo muy breve:

Crizele de identitate ale televiziunii publice din România decurg din însuși procesul de liberalizare a întregii societăți, după decembrie 1989, fiind legate de: legalitate și legislație (actul managerial, misiunea și rolul societății de televiziune, organizarea și funcționarea corporativă, finanțarea și exercitiul bugetar); destructurarea sectorului audiovisual (concurența posturilor comerciale), conținutul editorial (calitatea programelor, structura grilelor de programe, acuzații privind censura, dezinformarea, diversiunea, manipularea informației), resursele umane (supradimensionarea personanului, prezența “rinocerilor” pe post și în instituție, acuzații privind lipsa de profesionalism), imagine și credibilitate²⁰ (2009: 76).

¹⁸ Según Moreau (1991), la demanda de un producto televisivo anticipa la oferta –lógica que consideramos que se aplica a la producción de programas televisivos susceptibles de atraer a un público largo. Por consiguiente, la inversión en un cierto tipo de programación tiene su base en la demanda que lo precede.

¹⁹ El libro de Valentin Nicolau (2009): *TVR, marire si decadenta: televiziunea publica in Romania si modelele europene* [TVR entre supremacía y decadencia: la televisión pública en Rumania y modelos europeos] aparece en un contexto nacional de escasez bibliográfica autóctona sobre los fenómenos del audiovisual rumano. Trata sobre la televisión publica rumana, que no es el objeto principal de esta investigación, pero ayuda en esbozar una línea seguida por el audiovisual rumano en general, particularmente dentro del proceso de transición a la democracia. El autor ofrece un panorama general del audiovisual post-comunista, detallando aspectos específicos de la historia de la televisión pública en Rumania comunista y post-comunista. Rastrea los inicios y el desarrollo de los canales privados de televisión, representativos para el periodo de transición que más adelante incluirán series de ficción televisiva en su programación. Pasando revista a los momentos destacados de la evolución de la televisión pública rumana, el autor releva las dificultades de la correlación conceptual de la experiencia comunista de la TVR con el modelo ideal de la televisión pública.

²⁰ “Las crisis de identidad de la televisión pública en Rumania son resultado del mismo proceso de liberalización de la sociedad entera, después de 1989, estando relacionadas con la legalidad y la legislación (acto constitutivo, misión y papel de la televisión como institución, su organización y su

En cuanto las etapas del proceso transitorio mediático rumano, Coman (2003a: 9) identifica varios “modos de periodización” del avance de los medios de comunicación poscomunistas en el camino de la democracia. Así, de acuerdo con la magnitud de las transformaciones surgidas en la sociedad, se puede considerar que hubo dos grandes periodos: el periodo de transición propiamente dicho (1990-1992/93) caracterizado por reestructuraciones radicales, rápidas, no uniformes y caóticas y el periodo después del 1992/93, cuando hubo evoluciones significativas, pero previsibles, graduales y no estructurales (Coman, 2003b: 9).

Drăgan y Lafrance (2011) analizan el proceso de transición mediática desde el punto de vista del papel de los medios de comunicación propiamente dichos en la vida política y social. El enfoque es muy similar a las transiciones que tuvieron lugar en otras esferas de la sociedad post-comunista. La primera etapa que identifican tiene que ver con la desestructuración de las instituciones totalitarias y comunistas y la euforia de la libertad – en especial de la libertad de expresión, cuando los medios de comunicación de masas cumplieron con el rol de principales actores del espacio público. La segunda etapa se manifiesta, en su inicio, a través de la agudización del conflicto entre el nuevo poder como sustituto funcional de las antiguas estructuras y la continuidad del elemento comunista, a través del hábito y de las mentalidades inculcadas por el régimen soviético.

Los procesos de descentralización y de liberalización del sector audiovisual en Rumania coinciden con los procesos que acontecieron, de forma similar, en el resto de Europa Central y del Este. El cambio operado dentro del sector audiovisual implica la desregularización de los canales de televisión pública y el surgimiento inmediato de nuevos canales privados que llegan a los hogares a través de la televisión satelital. A partir de este momento, el flujo de programas de entretenimiento y, sobre todo, de series televisivas norteamericanas y de telenovelas latinoamericanas se vuelve cada vez más importante. Esta idea general, de la que retenemos específicamente la referencia a las

funcionamiento corporativo, financiación y ejercicio presupuestario); la desestructuración del sector audiovisual (competencia de los canales comerciales), el contenido editorial (calidad de los programas, estructura de la programación, inculcaciones con respecto a la censura, desinformación, diversión, manipulación de la información), los recursos humanos (sobredimensionalización del personal, presencia de los “dinosaurios” en el canal y en la institución, las acusaciones reclamando la falta de profesionalismo), la imagen y la credibilidad” (traducción de la autora).

telenovelas latinoamericanas, creemos que se ajusta a la especificidad del caso rumano y de otros países de Europa Central y del Este con características similares, está reflejada por Joseph Straubhaar en su libro *World Television: From Global to Local*.

In some countries, liberalization of competition has primarily served to increase national owned and nationally focused television networks. New commercial television networks often turn first to importing globally popular programs, mostly from the United States but also sometimes including Latin American telenovelas or Bollywood films (2007: 95).

En cuanto a la programación rumana del periodo de la transición –aunque marcada durante las primeras décadas por la influencia del régimen totalitario– su naturaleza cambia visiblemente, pasando desde la vertiente propagandística comunista– a la que estaba acostumbrada la población, a la otra vertiente inclinada hacía el entretenimiento, donde las películas y las series televisivas emitidas tanto a través de canales públicos, como privados, llegaron a tener un gran aprecio. En cuanto a las series de televisión, mientras que las telenovelas y los *soap operas* llegaron, apenas iniciado el proceso de transición, las películas de Bollywood abrieron su camino hacía Rumania, pero una vez que el proceso transitorio ya estaba más avanzado. Por lo general, las tendencias relativas al formato y al contenido de los programas son similares a las emisiones realizadas y emitidas por la mayoría de los canales de televisión de Europa y de los Estados Unidos (Nicolau, 2009: 71).

En base a estas tendencias, el tipo de programación del canal nacional de televisión TVR²¹ cambia completamente, mediante la inserción de programas, películas y series importadas sobre todo de Estados Unidos y de América Latina, por su bajo coste como razón principal. Así, el proceso de “Dallasification” (de Bens *et al.*, 1992) se implanta también en Rumania, a principios de la década de los 90, un año después de

²¹ Los tres grandes canales de televisión analógica existentes en los años 90 son: *TVRI*, *Antena 1* y *PRO TV*. *TVRI* (llamado *Romania 1* durante el comunismo) es el canal nacional de televisión, que continúa emitiendo después de la caída del comunismo, mientras que los otros dos canales aparecieron durante la década de los 90. Estos tres canales son los más seguidos a escala nacional, debido a su alcance a los hogares sin televisión por cable o satelital.

la caída del comunismo, a través del *soap opera*, con *Dallas*²² (1978-1991, *Lorimar Productions*) y *The Dynasty* (1981-1989, *Aaron Spelling Productions*), como series representativas.

Aunque las puertas del mercado nacional se abran completamente frente a la llegada de las importaciones provenientes mayoritariamente desde Estados Unidos y América Latina a principios de los años 90, a finales de los años 60 hay un periodo de relajación en cuanto a la censura comunista y una relativa comunicación en materia audiovisual con el exterior. Es cuando llegan las primeras series estadounidenses a Rumania, como *Kojak* (1973-1978, Universal TV) o *Colombo* (1971-2003, NBC Universal Television), cuya importación cesa a principios de los años 80, cuando, al igual que en otros países ex-comunistas, la censura del régimen comunista vuelve a ser tajante. Estos aspectos se discutirán más adelante, a la hora de tratar sobre los flujos de importación de programación televisiva en el periodo de transición.

Estos seriales lograron cifras altas de audiencia en todo el país, siendo muy diferentes de lo que la población estaba acostumbrada a ver: películas históricas y emisiones con contenido comunista. Se constata entonces que, si inicialmente la televisión era considerada sobre todo un medio informativo, de noticias (a pesar de su contenido comunista), a mediados de la década de los 90 adquiere también la función de entretenimiento. En 1996, Rumania entra en una nueva época, la de las telenovelas y de los espectáculos de tipo *reality show*, que conocen una época de desarrollo particularmente productiva en la primera década del siglo XXI.

La penetración de los contenidos audiovisuales importados del extranjero, con el fin de llenar la programación de los nuevos canales privados de televisión surgidos en el periodo de transición, ha determinado una revolución de los modos de pensamiento, tal y como demuestran P. Albert y A.J. Tudesq:

[...] expansiunea mediilor audiovizuale au antrenat, prin viteza și masivitatea intruziunii lor în viața indivizilor și a familiilor, o adevărată bulversare: modurile de viață și de gândire ale contemporanilor noștri au fost, și continuă să fie,

²² Es relevante destacar el hecho de que un primer breve contacto con esta serie norteamericana se hizo en Rumania durante el llamado “periodo de relajación” de la censura, de finales de los años 60 y principios de los años 70, cuando se permitió la entrada de contenidos audiovisuales desde el extranjero, como se explicará más adelante en este capítulo.

schimbate de consumul de produse culturale și de către moduri de expresie străine de obiceiurile și tradițiile lor²³ (2003:3).

1.3.3 Apunte histórico sobre la televisión nacional pública y comercial

Para comprender cómo se ha ido configurado la televisión en Rumania hasta llegar a lo que es hoy en día –debido, en gran parte, al desarrollo de canales privados y de la apertura hacía los mercados internacionales–, conviene presentar brevemente su evolución, desde sus inicios, hasta los momentos actuales. Dana Mustață (2012) realiza una historiografía muy útil de la televisión rumana, en la que, en gran parte, se apoya nuestro estudio al respecto.

Coman ofrece una periodización general del audiovisual en Rumania, destacando la alternancia público-privado. Según sus afirmaciones, en la historia poscomunista del audiovisual hubo dos etapas claramente delimitadas: a) la primera mitad de década, cuando los canales públicos han dominado el mercado audiovisual; b) la segunda mitad de la década, cuando el sistema público ha entrado en declive y el mercado de los canales privados ha conocido un desarrollo explosivo (2003a: 105).

Si recordamos el modelo de transición ideal-típico en dos pasos (Febbrajo, Sadurski, 2010: 4) presentado al principio del presente capítulo, notaremos que su lógica se aplica en el caso de la reconfiguración del audiovisual rumano post-revolucionario: en una primera etapa, aparecen los primeros canales de televisión pública y privada como estructuras nuevas necesarias para la transformación de las estructuras antiguas. En la segunda fase, se conciben las normas y las leyes que tienen como objetivo regularizar el funcionamiento de los medios de comunicación audiovisual a nivel nacional y dentro del esquema diseñado por la Unión Europea.

²³ “[...] la expansión de los medios audiovisuales ha entrenado, mediante su velocidad y la magnitud de su intrusión en la vida de los individuos y de las familias una verdadera revolución: los modos de vida y de pensamiento de nuestros contemporáneos han sido y siguen siendo cambiados por el consumo de productos culturales y por los modos de expresión extranjeros, por sus costumbres y sus tradiciones” (traducción de la autora).

1.3.3.1 El periodo comunista: los inicios de la televisión pública

La historia de la televisión en Rumania empieza en 1956, con la inauguración oficial de la *Televisión Rumana (TVR)* y el inicio de la transmisión del primer canal público, bajo las condiciones impuestas por el régimen comunista, que se apoderó de los medios de comunicación durante más de 30 años a partir de esa fecha.

El modelo institucional que siguió la *TVR* fue el de la *BBC*. A pesar de las políticas duras del estado socialista con respecto al contacto con el exterior practicadas durante los primeros años de existencia de la Televisión rumana, las relaciones internacionales entabladas al inicio de los años 60, que ayudaron a adquirir profesionalismo fueron centrales para la fase inicial de la televisión en Rumania. Silviu Brucan, en su calidad de vicepresidente de la Televisión Rumana, fue quién desarrollo unas relaciones estrechas con la *BBC* y así fue como empezó la importación de programas de entretenimiento y de series británicas (Mustață, 2012: 132).

Ellis (2000) identifica un primer periodo de escasez, que dura desde mediados de los años 50, hasta finales de los años 60 y que es notable tanto con respecto a las importaciones, como a las producciones nacionales. Desde las primeras transmisiones de 1956 y hasta finales de los años 60, la televisión rumana carece de una identidad profesional e institucional bien establecida. Los primeros programas producidos en Rumania, que llegaron a exportarse y que llegaron a ser altamente apreciados en los festivales internacionales, fueron películas musicales que, además de incluir canciones y elementos de coreografía, contaban con trama e historia propias. *Omul din umbră la soar / El hombre de la sombra bajo el sol* (1965) y *Omul și camera / El hombre y la cámara* (1966), cuyo director de producción es Valeriu Lazarov²⁴, fueron ganadoras de premios en el *Festival Internacional de Televisión de Monte Carlo* y en otros festivales internacionales (Mustață, 2012: 132).

²⁴ Debido a estas realizaciones y a su reconocimiento en plan internacional, Valeriu Lazarov fue considerado como uno de los primeros profesionales de la televisión rumana de talla internacional. Cabe destacar la actividad de Lazarov, en los años ulteriores, también en España, como “el productor y realizador televisivo más popular de los años 70”. Es considerado un “revolucionario” de la televisión, “que rompió con los convencionalismos de la pequeña pantalla en España en los años 70 y fue uno de los responsables de la puesta en marcha de Telecinco”, una de las primeras televisiones privadas de España (Fallece Valerio Lazarov, un “revolucionario” de la televisión, 2009).

Resulta interesante mencionar que la televisión rumana debe mucho, sobre todo en sus etapas iniciales, a la radio. Es, por lo tanto, común que los profesionales de la radio pasen a ser profesionales de la televisión y que los primeros programas estén inspirados por las emisiones radiofónicas más exitosas, que se trasplantan a la pantalla, tal y como sucede con las radionovelas, que se adaptarán para transformarse en telenovelas. Así, en los años 60, obras de teatro radiofónico, programas infantiles, recitales musicales, asuntos de política internacional y el boletín meteorológico migran de la radio a la televisión (Mustață, 2012: 133). Lo mismo pasa con un programa científico de mucho éxito en la radio, llamado *Mai aveți o întrebare?* / *¿Alguna pregunta más?* Dionisie Șincan, el creador del programa describe este fenómeno de migración: “There was a time when everything that was the best on the radio –both people and programs– were taken, no questions asked, and transplanted into television” (Șincan, 1996: 215).

A pesar de estos inicios prometedores y aparentemente protegidos de la huella comunista, la televisión fue sometida, desde sus inicios, a la influencia totalitaria y subordinada al factor político e ideológico. Desde 1956, la televisión entró bajo la supervisión del *Comité de Radio y de Televisión*, que daba cuenta al *Consejo de Ministros*, cuyo papel era velar sobre el papel político e ideológico de la institución audiovisual dentro de la sociedad. La televisión rumana representó un instrumento de adoctrinación, al servicio del partido comunista, quien dictaba el contenido de sus programas (Rad, 2002:5). Las emisiones educativas y las escasas emisiones de entretenimiento ocultaban, a menudo, elementos de ideología comunista.

El número de espectadores de la televisión pública aumentó en la Rumania en los años 60, de tal forma que la cifra de los abonados alcanzaba, en 1965, los 500.000. Dada la demanda y el interés de las audiencias por las emisiones culturales y las películas extranjeras, en 1968 apareció el segundo canal de televisión estatal. La idea de su creación fue registrada por la *BBC*: “The Rumanians plan to open a second television channel largely devoted to cultural and educational programs and they are also on the lookout for serial stories and feature films”²⁵. En 1970, la cifra de las audiencias alcanzaba los 1.5 millones (“*Televiziunea în România*”, s.f.). En la década de los 70, se

²⁵ J. A. Birch, *Letter to Stephenson*. 4 Oct.1967, E 1/2, 313/1. BBC Written Archives Centre, Caversham, UK, citado en Mustață (2012: 134). No fue posible la consulta de este documento, por estar disponible únicamente en los archivos de la *BBC*.

intensifica el uso de la televisión por parte del régimen, como instrumento de propaganda, teniendo como principal función desnaturalizada aquella de proveer información parcial, que, muchas veces, llevaba a la desinformación (Buchieru, 1997:146).

El periodo entre los años 1985 y el 1989, que corresponde a otro periodo de escasez de programación televisiva (Ellis, 2000) –el inmediatamente anterior a la Revolución anticomunista, es conocido como exponente del “programa de ahorro de energía”²⁶ implementado por el partido, consistiendo en medidas radicales de censura y de reducción de la emisión de la *Televisión Rumana* a dos horas diarias (20:00-22:00). Con el inicio de este programa, el segundo canal de televisión cesa sus emisiones, que sólo se retomarían después de la caída del régimen comunista. La programación de dos horas estaba mayoritariamente dedicada a la propaganda del *Partido Comunista Rumano (PCR)* y al culto de la personalidad del dictador y de su esposa.

1.3.3.2 El periodo de la transición: reestructuración del sistema público y la aparición de los canales comerciales

La revolución de diciembre de 1989 fue un momento clave en la evolución de la televisión rumana. Es después de la revolución que la televisión de estado se convierte en la televisión pública nacional, *TVR1*.

En mayo de 1990, el segundo canal de televisión, *TVR2* que existió durante un tiempo en la época comunista y cuya actividad había cesado en 1985, retoma la transmisión. En 1994, mediante la ley 41 de junio de 1994 (LEGE nr. 41 din 17 iunie 1994, 1994) se fundó la *Sociedad Rumana de Televisión (SRT)* como servicio público autónomo nacional, a partir de la reestructuración de la *Radiotelevisión Rumana*

²⁶ El programa de ahorro de energía no se implementa solo a nivel de la transmisión televisiva, sino que también a múltiples niveles de la sociedad. La medida se impone a raíz de la crisis mundial del petróleo que inicia en 1973 y que afecta Rumania y a otros países miembros de la ex Unión Soviética. Las importaciones de grandes cantidades de petróleo en un país altamente industrializado, a un precio cinco veces más alto entre los años 1980-1981, tuvo consecuencias negativas significativas en cuanto a la deuda del estado rumano (Părean, 2012). Esta deuda generó una sobrecarga del sistema económico a punto del colapso y así se explica la medida de Ceaușescu de “ahorro de energía” entre 1985 y 1989. (Murgescu, 2010: 393).

existente antes de la revolución. La ley estipulaba, entre otras cosas, la separación de las dos instituciones componentes: la radio y la televisión.

En 1995, en las condiciones de una inmigración de una parte de la población rumana al exterior, gracias a la apertura de las fronteras nacionales con la implementación de la democracia, *TVR Internacional* –destinado a la comunicación con todos los rumanos de la diáspora–, empezó a emitir a través de satélite, hecho sin precedente en Rumania hasta aquella fecha.

En 2000, bajo cierta estabilidad política en el proceso de transición, se lanza el canal *TVR Cultural*. Sus programas estaban destinados a la promoción de la cultura rumana, a través del redescubrimiento de los valores nacionales y de la cultura internacional.

En 2008, aparece el canal *TVR3*, destinado a la emisión de información general, procedente de diversas regiones de Rumania. También en 2008, el canal principal de la televisión pública, *TVR1*, empieza a emitir en alta definición, bajo el nombre de *TVR HD*. A finales de 2012 apareció *TVR News*, en colaboración con el canal europeo de noticias *Euronews*.

A modo de resumen, en estos momentos, la *Televisión Rumana* pública gestionada por la *Sociedad Rumana de Televisión* emite a través de siete canales de televisión: *TVR1*, *TVR2*, *TVR3*, *TVR Internacional*, *TVR Cultural*, *TVR News* y *TVR HD*.

El cambio operado dentro del sector audiovisual, después de 1989, implica la desregularización de los canales de televisión pública y el surgimiento inmediato de nuevos canales privados, a través del cable y de la televisión satelital.

A escala de Europa Central y del Este, la aparición de los canales privados ha sacudido el monopolio de los servicios públicos de televisión de los países que se hallaban en procesos de transición, lo que ha llevado a una implícita disminución de audiencias de los canales públicos. Al mismo tiempo, en los países ex-comunistas, los servicios públicos de televisión se confrontaban con interferencias y presiones de orden político, determinadas por el medio de competencia a nivel de audiencias, en el que se encuentran los canales de televisión pública frente a los canales más nuevos, privados (Nicolau, 2009: 51).

La primera televisión privada, financiada con la ayuda de donaciones extranjeras, apareció bajo el nombre de *SOTI (Sociedad para una Televisión Independiente)*, como emisora independiente, que desarrolló su actividad desde 1991

hasta 1992. *SOTI* emitía sus programas después de las 23:00, en las mismas frecuencias de *TVR2*, que transmitía diariamente entre las 16:00 y las 23:00 horas. Después del inicio de la actividad del *Consejo Nacional del Audiovisual* (CNA) rumano en 1992 y la inmediata aprobación de la *Ley del Audiovisual* no. 48/1992, se han otorgado numerosas licencias de emisión para diversas televisiones nacionales y locales (Coman, 2003a: 101).

A nivel nacional, en 1993 aparece el canal privado *Antena 1* y en 1994, *Tele7ABC*, cuya actividad cesó en 2004. En 1995, empieza a emitir *PRO TV* y en 1997, *PRIMA TV*. En febrero de 2007, aparece en Rumania el *Kanal D*, la primera subsidiaria de una televisión extranjera, *Kanal D* Turquía. El canal es propiedad de la compañía *Dogan Media International*, conformada por dos socios: *Dogan Yayin Holdin*, Turquía y *Ringier A.G.*, Suiza. La empresa suiza se encarga, además, de la edición del diario rumano de alcance nacional, *Evenimentul Zilei* (EVZ) / *El Evento del Día*.

Pro TV –uno de los canales más influyentes del país y el primero que logró imponer un modelo de televisión occidental– es una red de televisión, que emite a nivel nacional, siendo recibida en 96,4% de los hogares (“Pro TV”, s.f.). En febrero de 1998, los propietarios de *Pro TV* lanzaron el canal de televisión *Acasa TV*, que, a diferencia de *Pro TV*, que es gratuito, es difundido exclusivamente por cable y satélite, que son servicios de pago. De igual manera que *Pro TV*, su canal-satélite cubre casi en su totalidad la población urbana. Este canal apunta al público femenino, emitiendo mayoritariamente telenovelas latinoamericanas (a las que ulteriormente se les añaden las telenovelas rumanas), pero también noticias, talk-shows y programas de entretenimiento. *Pro TV International* emite a partir de 2000, vía satélite, una selección de los programas de *Pro TV* y de *Acasa TV*.

Volviendo sobre las modalidades de transmisión televisiva en Rumania, es preciso mencionar que, inicialmente, los canales de televisión utilizaron solamente la transmisión analógica. Con el tiempo, empezaron a emitir, sea por satélite, sea por cable. La televisión pública era la única que tenía una infraestructura terrestre, que cubría todo el territorio del país, aunque la televisión por cable fue ganando terreno y, en estos momentos, constituye el principal medio de transmisión para los canales comerciales. En 2003, en las regiones urbanas, el 80% de las viviendas estaban conectadas a redes de televisión por cable, mientras que en el medio rural, sólo el 13% disponen de este tipo de red. La cobertura de las redes de cable creció del 58% en 2003 a 79% en 2007. Siendo uno de los más baratos servicios de este tipo de Europa –con un

coste aproximado de unos 7€ mensuales, la televisión por cable constituye una opción para los operadores de televisión para llegar a segmentos significativos de la población.

A pesar del coste reducido de la televisión por cable, cabe mencionar que, por un periodo de más de 10 años después de la caída del comunismo, un tercio de la población de Rumania tuvo acceso a sólo a un canal de televisión: al de la televisión pública, que llegaba a los hogares mediante la transmisión analógica terrestre (*Open Society Institute*, 2005: 36).

En 1995, se pasa a la televisión digital. El mismo año, *TVR International* fue el primer canal de televisión de Rumania que transmitió a través del satélite. Le siguió *Pro TV* internacional, en 2000. Hoy en día, la mayoría de los canales transmiten por satélite y algunos lo hacen exclusivamente. Los canales más populares son distribuidos por satélite, por cable y por estaciones terrestres. En los años recientes, se opera la introducción de la televisión digital terrestre (TDT), que apunta a una escala de distribución nacional.

Aunque el canal de televisión nacional *TVR* y los canales privados *PRO TV* y *Antena 1* dividan entre sí casi la totalidad de las audiencias, alcanzando entrambos casi un 30% de las cuotas de audiencias en el mercado rumano²⁷, existe un gran número de canales públicos y privados nivel nacional. En el presente, en Rumania existe una variedad de canales de televisión comerciales, que responden a los gustos más diversos de las audiencias. Las televisiones generalistas más populares son: *Antena 1*, *PRO TV*, *PRIMA TV* y *National TV* (“Televiziunea în România”, s.f.). Otros canales son más especializados, sobre todo en noticias y debates con temas políticos: *Antena 3*, *Realitatea TV* y *N24*. Después del año 2000, una característica interesante que se ha manifestado en la televisión rumana comercial ha sido el boom de canales que transmiten telenovelas y *soap operas*, destinados al público femenino: *Acasa TV*, *Euforia Lifestyle TV* y *Romántica*; al deporte: *Telesport* y *Sport.ro* y a la música, canales como *Atomic TV* (“Televiziunea în România”, s.f.). Existen además franquicias, o canales internacionales localizados tales como *HBO*, *MTV*, *Kiss TV*, *Cinemax*, *AXN* o *Cartoon Network* y otros canales independientes, de menor importancia, y locales, sobre los cuales no nos detendremos, dado que lo que interesa es ofrecer un panorama general

²⁷ En 2011, las cuotas de audiencia de *Pro TV* (*Central European Media Enterprises (CME)* como líder de mercado, fue de 14.7%, mientras que las de *Antena 1* (*Intact Media Group*) llegaron a 11%. Les siguen *Kanal D* y *Realitatea TV* (TV market in Romania, s.f.).

de los canales de televisión pública y comercial más importantes a escala nacional.

Los canales privados son propiedad de empresas especializadas en el sector audiovisual y financiadas con fondos locales o internacionales. Es importante llamar la atención sobre la presencia de los grupos mediáticos nacionales, creados en el contexto de la transición mediática y, sobre todo, la de los grupos internacionales, cuya actividad se ha implantado en el territorio rumano poco después del inicio del proceso de transición y gracias a la apertura de las fronteras nacionales a los inversores extranjeros, tal como se ha precisado al inicio del presente capítulo.

Central European Media Enterprises (CME), fundada en 1994, es una compañía mediática, cuya sede principal está localizada en el Territorio Británico de Ultramar de Bermudas. Su actividad transnacional destaca, particularmente, en países de Europa del Este como la República Checa, Croacia, Eslovaquia, Eslovenia, Rumania y Bulgaria. Cuenta con una división de transmisión y de distribución de contenidos – *Media Pro Entertainment*, que también apoya la producción local en los países donde el grupo desarrolla su actividad mediática (“Central European Media Enterprises”, s.f.). En Rumanía, *CME* tiene 5 canales privados: *Pro TV*, *Acasă TV*, *Acasa Gold*, *Pro Cinema*, *Pro TV Internațional* y *Sport.ro*.

El otro grupo importante, que opera en el territorio de Rumania es *Intact Media Group*. Surgió a principios del proceso de transición, en el año 1991, en la Rumanía postrevolucionaria, siendo financiado completamente por capital nacional²⁸. En sus más de 20 años de existencia, ha lanzado seis canales de televisión propios *Antena 1*, *Antena 2*, *Antena 3*, *Euforia Lifestyle TV*, *Antena International* y *GSP TV* (“Intact Media Group”, s.f.).

SBS Broadcasting Group, de origen alemán, tiene 2 canales: *Prima TV* y *Kiss TV*. *Realitatea Catavencu (Realitatea Media)*, grupo mediático nacional y propiedad del

²⁸ El dueño del grupo fue Dan Voiculescu, hombre político influyente en la Rumanía post-comunista, que fundó, a la vez que este grupo mediático en 1991, un partido político llamado *El Partido Conservador Rumano (PC)*. Fue senador entre los años 2004 y 2012 hasta su dimisión. En el presente, el conglomerado mediático está dirigido por la hija de Dan Voiculescu, Camelia Voiculescu. El caso del grupo *Intact* puede ser considerado un buen ejemplo de politización de la televisión comercial rumana, cuyo pluralismo se ve amenazado por los intereses políticos, tal como lo explicábamos al inicio de este capítulo.

empresario Sorin Ovidiu Vântu²⁹, ofrece al público rumano 4 canales: *Realitatea TV*, *Romantica*, *Telesport* y *The Money Channel*. *ABC Plus Media*, el quinto grupo mediático privado de Rumania, gestiona *Național TV*, *N24* y *Favorit TV*. Un último grupo que apareció recientemente, en 2012, es el *RCS & RDS SA* –inicialmente distribuidora de televisión por cable y satélite en Rumania, que creó su propio canal de noticias, *Digi TV* con emisoras locales en las ciudades más importantes de Rumania.

Existen, entonces, 7 canales públicos y 22 canales privados nacionales (Ver Anexo 1), exceptuando las franquicias localizadas de los canales extranjeros, que están disponibles a través del formato analógico y mediante cable y algunos a través de satélite. La *Televisión Digital Terrestre (TDT)* se está introduciendo en Rumania, teniendo prevista su implantación definitiva en 2015. El proceso tiene como término de finalización el año 2015, cuando la señal digital reemplazaría la señal analógica.

La reestructuración y la transformación, a pasos acelerados, del sistema audiovisual rumano, mediante el cambio de la televisión estatal comunista en televisión pública nacional y la aparición de una multitud de canales comerciales, han impuesto un cierto mimetismo en términos de adaptación de modelos occidentales de televisión en una sociedad que no estaba preparada, en un principio, para recibir todo este conjunto de cambios asociados a la transición. Así, el proceso mimético se traduce en la coexistencia de distintas emisoras, a través de la competencia: por un lado los canales de la televisión pública y por el otro, las cadenas privadas. Los primeros, beneficiándose de una cobertura a nivel nacional, tienen reglamentaciones bien precisas, pero se muestran deficitarios ante las estrategias de las cadenas privadas para captar audiencias. La meta de los canales privados, que cuentan con muchos de los profesionales de la televisión pública, es atraer a las audiencias para obtener ratings altos, a través de programas más atractivos en comparación con aquellos emitidos por las televisiones públicas. Este objetivo se alcanza, sobre todo, mediante la realización de producciones propias de programas y de series televisivas y sobre todo de telenovelas, financiadas por fondos privados, la mayoría provenientes de los grupos mediáticos nacionales e

²⁹ Sorin Ovidiu Vântu, empresario y propietario del grupo *Realitatea Catavencu*, ha sido implicado en un escándalo a nivel internacional relacionado con una estructura de ahorros de tipo piramidal con el nombre de *FNI (Fondo Nacional de Inversiones)*. El empresario se sirvió de su presencia en el campo mediático nacional para rehabilitar su imagen mediante emisiones previamente amañadas, lo que resultó en la manipulación de la información sobre su caso. (Ancheta "Financiarul" - FNI: Schema unui jaf protejat de stat, 2008).

internacionales.

En cuanto a la convergencia mediática, se observa una tendencia de multiplicar los soportes de distribución de contenido audiovisual, de acuerdo con el avance de las nuevas tecnologías. Así, en los años recientes, la mayoría de las televisiones –públicas y comerciales– han ido desarrollando sus propias páginas de Internet, utilizadas para promover sus programas. *TVR1* y *TVR2* publican, en su página web, noticias en directo y emisiones en diferido, disponibles como grabaciones en archivos, mientras que *Realitatea TV* reactualiza su web varias veces al día para ofrecer las últimas noticias. La mayoría de las páginas web de las televisiones tienen secciones especiales dedicadas a las películas, a los moderadores o presentadores, además de breves descripciones de los programas. La página de *Acasa TV* (“Acasa TV”, s.f.) abunda en noticias del mundo de la telenovela, estando este canal dedicado casi en exclusividad a la telenovela.

Con la introducción gradual de los programas de entretenimiento –notablemente de la ficción televisiva seriada– en las parrillas de los canales televisivos rumanos se produce un cambio considerable. Dada la oferta surgida, inicialmente, a partir de una necesidad de los canales televisivos de llenar sus parrillas con programas económicos, la población empieza a consumir este tipo de series, que se convierten casi en un fenómeno a escala nacional. A raíz del éxito obtenido por este tipo de programas, será la demanda del público la que impulsará la oferta, cada vez más numerosa, de seriales de televisión y, especialmente, de telenovelas.

1.3.4 Del monopolio a la desregularización, a través de las leyes nacionales del audiovisual y de las normativas europeas

Con la inauguración de la televisión digital, el paisaje mediático se ve sometido, una vez más, al cambio, gracias a las nuevas posibilidades incrementadas de transmisión a nivel transnacional. La televisión de pago empezó a ganar en importancia, que se debe, en gran parte, a las facilidades que supone: regionalización de la programación, variada selección de idiomas o transmisiones en diferido, etc. La iniciativa privada –emergente en los países de Europa Central y del Este en una primera fase de la transición y después cada vez más vigorosa– que generó el mercado de las industrias culturales, ha sido el mayor impulsor para la transnacionalización, que puede contemplarse desde tres puntos de vista: la propiedad, los canales de televisión y la programación (Esser, 2002: 15-16).

Si pensamos en la serie de cambios que tuvieron lugar en el campo audiovisual de los países de Europa Central y Oriental durante el periodo de transición a la democracia, encontramos similitudes con los cambios favorecidos por los avances de la tecnología en Europa Occidental. En Europa occidental, las oportunidades creadas por la convergencia mediática, concretada en la digitalización de la información y en el desarrollo tecnológico, marcado por la transmisión audiovisual a través del satélite y del cable, contribuyeron a la reestructuración del sistema audiovisual. Rastreamos los inicios de la reestructuración en los años 70, pero que tiene su auge durante las décadas de los años 80-90. El mayor impulso en este sentido fue a raíz de la transformación en el clima ideológico y la orientación hacia las políticas económicas neo-liberales, más temprano en los países de Europa Occidental, que después se manifestó durante las transiciones en Europa Central y del Este. Dicha reestructuración abarca múltiples aspectos, relativos a la política de los medios de comunicación. De cierta manera y de forma general, se puede hacer referencia a los cambios políticos, económicos, sociales y culturales de la transición, que se transponen en el campo mediático, adaptándose a estas necesidades de renovación. Por tanto, todos estos cambios de orden ideológico van de la mano con el desarrollo tecnológico, generando así una relación de simbiosis.

La dinámica de la transnacionalización fue dictada por el sector comercial, mediante las operaciones transnacionales de las empresas en cuanto a la introducción de la televisión comercial en los mercados nacionales. El proceso gradual de implementación de las televisiones privadas duró hasta finales de los años 90, cuando los cambios estructurales esenciales estaban más o menos concluidos. Desde esta perspectiva, se puede afirmar que la comercialización y la transnacionalización van de la mano, unidas por el capitalismo globalizador.

1.3.4.1 La reglamentación del sistema audiovisual a nivel nacional

Al hablar de leyes nacionales, es preciso empezar esta sección mencionando el cambio constitucional que se ha operado, para pasar desde el régimen comunista al sistema democrático. El antes y el después constitucional, separados por la revolución, está marcado por los años 1965 y 1991.

La libertad de expresión, determinante para los medios de comunicación y el sistema audiovisual, se encontraba en la *Constitución de la República Socialista*

Rumania³⁰ de 1965, aunque con las limitaciones impuestas por el régimen socialista. Aunque no se hiciera explícita mención a ella, la cesura se encontraba en ella implícita. El *Artículo 28*: “Cetățenilor Republicii Socialiste România li se garantează libertatea cuvîntului, a presei, a întrunirilor, a mitingurilor și a demonstrațiilor”³¹ está “completado” por el *Artículo 29*, que explicita sus limitaciones: “Libertatea cuvîntului, presei, întrunirilor, mitingurilor și demonstrațiilor nu pot fi folosite în scopuri potrivnice orînduirii socialiste”³².

La Constitución aprobada por la Junta Constituyente en 1991, además de modificar por completo el contenido de la antigua, incluía un artículo sobre el derecho constitucional a la libertad de expresión, mucho más detallado y explícito, que prohíbe manifiestamente cualquier tipo de censura. Para contrastar su contenido con el de los artículos 28 y parte del 29 de la *Constitución de 1965*, es interesante presentar algunos párrafos del *Artículo 30* y el último párrafo del *Artículo 31* de la Constitución de 1991³³ que ilustran esta situación.

Artículo 30. La libertad de expresión

(1) La libertad de expresar pensamientos, opiniones o creencias y la libertad de las creaciones de cualquier carácter, mediante la palabra, el escrito, las imágenes, los sonidos u otros medios de comunicación en público, son inviolables.

(2) Se prohíbe la censura de cualquier tipo.

[...]

³⁰ El texto integral de la Constitución se encuentra disponible en el siguiente enlace: http://legislatie.resurse-pentru-democratie.org/const_1965.php

³¹ Art. 28. “A los ciudadanos de la República Socialista Rumania se les garantiza la libertad de la palabra, de la prensa, de las reuniones, de las manifestaciones y de las demostraciones” (Constituția Republicii Socialiste România din 1965, s.f.) (traducción de la autora).

³² Art. 29. “La libertad de la palabra, de la prensa, de las reuniones, de las manifestaciones y de las demostraciones no se pueden emplear con fines contrarios al orden socialista” (Constituția Republicii Socialiste România din 1965, s.f.) (traducción de la autora).

³³ El texto de la Constitución de 1991 fue modificado a través de la *Ley 429/2003* bajo revisión de la Constitución de Rumania y fue publicado en la Gaceta Oficial de Rumanía, Parte I, No. 758 de 29 de octubre de 2003. Dado que no hubo cambios a nivel de los artículos que interesan en este caso, se hará referencia a la constitución de 1991.

(8) La responsabilidad civil por la información o la creación llevadas al conocimiento público incumbe al editor o al realizador, al autor, al organizador de la manifestación artística, al propietario del medio de multiplicación y difusión, de la radio o de la televisión, en las condiciones de la ley. Los delitos de prensa se establecen por ley.

Artículo 31.

(5) Los servicios públicos de radio y televisión son autónomos. Ellos han de garantizar a los grupos sociales y políticos importantes el ejercicio del derecho a la antena. La organización de dichos servicios y el control parlamentario de su actividad se regulan por ley orgánica³⁴.

Después de esta introducción más general con respecto a unos principios fundamentales de las Constituciones, con impacto en el sector de la comunicación mediática, nos aproximamos al sector audiovisual. Después de los eventos revolucionarios de diciembre de 1989, que han llevado al derrumbe del régimen comunista y la aparición de las primeras instituciones democráticas, el vacío legislativo con respecto a un sistema audiovisual público en Rumania fue cubierto a través de dos leyes, que han cambiado el panorama audiovisual a nivel legislativo durante el periodo de transición. La primera es la *Ley del Audiovisual* de 1992, modificada en 2002 por el *Consejo Nacional del Audiovisual (CNA)*; y segunda, la *Ley 41/1994*, que dividía a la radiotelevisión que existió durante el comunismo en la *Sociedad Rumana de Radiodifusión* y la *Sociedad Rumana de Televisión*.

La regulación del sistema audiovisual ha llegado, en 1992, con la *Ley del Audiovisual* de 1992³⁵, emitida por el *Consejo Nacional del Audiovisual*, fundado en ese mismo año como “autoridad pública autónoma”. La ley estipula el principio de la independencia de la televisión y de la radio y del pluralismo de información, determinando además las condiciones de funcionamiento de los canales públicos y

³⁴ El texto integral de la Constitución de Rumanía de 1991 está disponible en su versión en castellano en el siguiente enlace: http://www.cdep.ro/pls/dic/act_show?ida=1&idl=5&tit=2#t2c2s0a30. Por tanto, hemos mantenido la traducción oficial, disponible en dicha versión.

³⁵ La nueva *Ley del Audiovisual*, tiene como base las previsiones inscritas en la *Constitución de Rumania* de 1991, con respecto a la “Libertad de la Conciencia” (Art. 29), Libertad de expresión (Art. 30) y “Derecho a la información” (Art. 31) (Constitución de Rumania de 1991, s.f.).

privados de televisión y de radio. El nuevo organismo público y su legislación se inspiran en la experiencia y en las reglamentaciones existentes en países democráticos de Europa Occidental y de América. El fin principal del *Consejo Nacional del Audiovisual* era asegurar un sistema público y privado diversificado, coherente y duradero en el campo del audiovisual y fomentar el ejercicio libre de la comunicación audiovisual.

En cuanto a la *Ley 41/1994* (Lege Nr. 41 din 17 iunie 1994, 1994), ésta regula el sector audiovisual en su conjunto. Sus normativas están en gran medida alineadas a los estándares de la Unión Europea, siendo similares a leyes homólogas en otros países. Concretamente, tiene que respetar el principio de la integración en el circuito de valores comunes de la Unión Europea y de reflejar la multiculturalidad de las distintas etnias que conforman la nación rumana.

Respecto del funcionamiento de la *Sociedad Rumana de Radiodifusión* y de la *Sociedad Rumana de Televisión* –ambas de carácter público– retenemos el *Artículo 7* de la *Ley 41/1994*, que es el que más interesa en nuestro caso, al estar orientado al apoyo y a la promoción de las producciones audiovisuales rumanas:

ART. 7.

(1) Societatea Română de Radiodifuziune și Societatea Română de Televiziune vor promova și vor încuraja difuzarea de creații audiovizuale românești.

(2) În termen de cel mult 4 ani de la intrarea în vigoare a prezentei legi Societatea Română de Radiodifuziune și Societatea Română de Televiziune vor rezerva creațiilor europene un procentaj majoritar al timpului de emisie, în calculul căruia nu vor intra emisiunile informative și sportive, jocurile, publicitatea și serviciile de teletext.

(3) Din creația europeană difuzată cel puțin 30% va fi creație românească, inclusiv creații specifice minorităților naționale.

(4) Din creația românească cel puțin 35% va fi creație culturală.

[...]

(6) Aplicarea prevederilor alin. (2) - (5) se va face treptat, în etape ale căror termene vor fi stabilite de Consiliul Național al Audiovizualului³⁶.

³⁶ ART. 7 (1) “La *Sociedad Rumana de Radiodifusión* y la *Sociedad Rumana de Televisión* promoverán y apoyarán la difusión de creaciones audiovisuales rumanas. (2) En un plazo máximo de 4 años desde la

Además de apoyar la difusión de producciones nacionales y europeas, la *Ley 41/1994* estipula la inserción de programas destinados a las minorías étnicas. Esta normativa fomenta la visibilización del multiculturalismo y de la multiétnicidad en Rumania, a través de programas culturales y educativos dedicados a las múltiples etnias³⁷, que conviven en el territorio del país y a través de algunos programas de entretenimiento que tratan del tema las relaciones interétnicas, como por ejemplo las telenovelas.

En sus artículos 23 y 24, la *Ley del Audiovisual 504/2002*³⁸ contiene normativas que se aplican tanto a los canales públicos como a los canales privados de televisión, siendo la ley que regula la totalidad de los servicios mediáticos del territorio de Rumania. Dicha ley protege y promueve la transmisión de producciones locales y europeas por medios audiovisuales rumanos:

Art. 23³⁹

(1) Serviciile media audiovizuale la cerere promovează, dacă este posibil și cu mijloace corespunzătoare, producția de opere europene și accesul la acestea. O astfel de promovare poate consta, printre altele, în contribuția financiară a

entrada en vigor de la presente ley, la *Sociedad Rumana de Radiodifusión* y la *Sociedad Rumana de Televisión* reservarán a las creaciones europeas un porcentaje mayoritario del tiempo de emisión, sin contar con las emisiones informativas y deportivas, los juegos, la publicidad y los servicios de teletexto. (3) Del total de las creaciones europeas emitidas, al menos un 30% serán producciones rumanas, incluyendo las creaciones específicas a las minorías nacionales. (4) Del total de las creaciones rumanas, al menos un 35% serán producciones culturales. [...] (6) La aplicación de las previsiones (2) - (5) se hará paulatinamente, según los términos establecidos por el Consejo Nacional del Audiovisual” (LEGE Nr. 41 din 17 iunie 1994, 1994) (traducción de la autora).

³⁷ Rumania cuenta con 18 minoridades étnicas nacionalmente reconocidas. La más grande es la minoría magiar, con una población de 1,5 millones de habitantes, seguida por la población roma (gitana), que cuenta alrededor de 500 000 personas declaradas en los censos – aunque se estima que esta población es 3 veces mayor. Otras etnias son: la ucraniana, la alemana, la rusa, la serba y la turca.

³⁸ El texto completo de la *Ley del Audiovisual 504* de 11 de julio 2002, publicada inicialmente en el *Monitor Oficial de Rumania*, no, 534, de 22 de julio de 2002 y actualizado ulteriormente en base a las normativas modificadoras, está disponible en el siguiente enlace: <http://www.cna.ro/Legea-audiovizualului.html>

³⁹ El artículo 23 ha sido agregado a la *Ley del Audiovisual 504/2002* después de la entrada de Rumania en la Unión Europea, por la Ordenanza de Urgencia del Gobierno no. 181/2008.

acestor servicii la producția și achiziționarea de drepturi asupra operelor europene sau în procentul și/sau ponderea deținute de operele europene în cadrul catalogului de programe oferite.

[...]

Art. 24

(1) Orice radiodifuzor aflat sub jurisdicția României va rezerva operelor europene create de producători independenți față de acei radiodifuzori cel puțin 10% din timpul său de difuzare, cu excepția timpului consacrat informațiilor, manifestărilor sportive, jocurilor, publicității, precum și serviciilor de teletext și teleshopping. [...]

(2) În operele europene create de producători independenți va fi inclusă o proporție corespunzătoare de opere recente, respectiv de opere difuzate în următorii 5 ani după producerea lor⁴⁰ (“Legea audiovizualului 504/2002”, s.f.).

Evolucionando en un contexto audiovisual competitivo que se manifiesta a través de una fragmentación acentuada de la audiencia, el rol de la televisión pública nacional es de reflejar y promover la cultura del país y la lengua rumana como valores identitarios, a diferencia de los canales privados comerciales, cuyas lógicas de transmisión apuntan a obtener ratings altos para sacar beneficios económicos de la publicidad.

Si tomamos en cuenta el periodo de tiempo transcurrido entre la *Ley del Audiovisual* establecida en 1992 y la nueva *Ley del Audiovisual* del año 2002, acordamos con Valentín Nicolau en que, apenas 10 años después de la primera ley, la

⁴⁰ ART. 23 (1) “Los servicios mediáticos promueven, bajo petición y a condición de que exista la posibilidad y los medios adecuados, la producción de obras europeas y el acceso a éstas. Tal promoción puede suponer, entre otras cosas, la contribución financiera de dichos servicios a la producción y la adquisición de derechos de las obras europeas y/o la cuota de participación de las obras europeas en el catálogo de programas ofertados.

ART. 24 (1) Cualquier medio audiovisual que se encuentre bajo jurisdicción rumana, reservará a las obras europeas creadas por productores independientes, un mínimo de 10% de su tiempo de difusión, exceptuando el tiempo alocado destinado a la información, al deporte, a los juegos, a la publicidad y a los servicios de teletexto o de teleshopping. [...]

(2) Entre las obras europeas creadas por los productores independientes, se incluirá una proporción correspondiente de obras recientes, respectivamente de obras emitidas durante los siguientes 5 años después de su producción” (traducción de la autora).

televisión rumana ha pasado a través de un proceso de reestructuración, intentando redefinir su posición en el mercado y configurar una nueva identidad de sociedad mediática (2009: 34).

1.3.4.2 La reglamentación europea y su impacto en el sector audiovisual en Rumania como país miembro de la Unión Europea

Rumania comenzó a armanizar su legistalación de acuerdo con las normativas europeas en materia audiovisual en 2003, año en que se convierte en país candidato para adherir a la Unión Europea. Así, en 2003, la *Ley del Audiovisual* fue enmendada con casi todas las observaciones de la Comisión Europea con respecto a la jurisdicción, a la definición de las licencias de emisión local, a la restricción del derecho de libre retransmisión de los programas emitidos en el territorio de un país miembro de la UE y los límites de publicidad.

Incorporada en 2007 a la legislación rumana, la Directiva *Televisión sin Fronteras (TSF)* – la piedra angular de la política audiovisual de la Unión Europea – obliga a los radiodifusores reservar la gran parte del tiempo de emisión a las obras europeas y un 10% a las obras europeas de los productores independientes:

Art. 4

Para fomentar la distribución y producción de programas televisivos europeos, los Estados miembros deben velar, siempre que sea posible, por que los organismos de radiodifusión televisiva reserven una proporción mayoritaria de su tiempo de difusión a obras europeas, con exclusión del tiempo dedicado a las informaciones, a manifestaciones deportivas, a juegos, a la publicidad, a los servicios de teletexto y a la tele-venta.

Art. 5

Además, los organismos de radiodifusión televisiva deben reservar, como mínimo, el 10 % de su tiempo de emisión o el 10 % de su presupuesto de programación a obras europeas de productores independientes (“Síntesis de la Legislación de la UE”, s.f.).

Observamos la similitud entre primer párrafo del Artículo 24 de la *Ley del Audiovisual 504/2002* con los dos artículos de la *Directiva TSF*, lo que demuestra que la televisión en Rumania ya se estaba preparando, desde el año 2002, a incluir el 10% de obras europeas entre sus contenidos.

En Rumania, gran parte de las cadenas televisivas confirmaron el cumplimiento de estas cuotas en 2006. Antes de la adhesión de Rumania a la Unión Europea, el experto en medios de comunicación, Virgil Nițulescu, afirmaba:

[Directiva] nu ar trebui să fie un șoc pentru televiziuni pentru că obligațiile au fost introduse treptat. Cu toate acestea, este de așteptat ca și costurile alocate programelor străine să crească, în timp ce programele produse în țară vor fi mai ieftine datorită ofertei mai bogate (Nițulescu, citado en Preoteasa, 2005: 54)⁴¹.

El periodista Radu Gafta piensa que esta Directiva podría estimular considerablemente la producción de programas nacionales:

Operele europene ar putea fi un pic cam scumpe comparativ cu cele americane sau sud-americane, dar cu siguranță vor stimula creativitatea directorilor de programe din România care azi nu fac nimic altceva decât sa importe pachete de filme și să accepte numai formate pe care le-au văzut deja la concurență (Gafta, citado en Preoteasa, 2005: 54)⁴².

Mirando desde el otro lado del océano, las nuevas reglamentaciones en materia de audiovisual de la Unión Europea aplicables por los países europeos y la producción de telenovelas nacionales se ven desde América Latina como una amenaza, porque se

⁴¹ “[La Directiva] no tendría que representar un choque para las televisiones porque las obligaciones estuvieron introducidas poco a poco. Sin embargo, se espera que los costes destinados a los programas extranjeros incrementaran su precio, mientras que los programas producidos en el país sean más baratos por la oferta más amplia” (traducción de la autora).

⁴² “Las obras europeas podrían ser un poco caras comparativamente con las americanas o sud-americanas, pero seguramente estimularán la creatividad de los directores de programas de Rumania que hoy en día no hacen nada más que importar paquetes de películas y adoptar sólo formatos que ya han visto a la competencia” (traducción de la autora).

considera que estas producciones locales podrían provocar una disminución de la adquisición de series latinoamericanas:

El único peligro que tendrán que afrontar las telenovelas está en las legislaciones de estos países, que han empezado a exigir una mayor producción nacional, obligando a que algunos espacios de telenovelas extranjeras sean reemplazados con programas de producción propia e inclusive telenovelas locales (Salgueiro, 2004).

La telenovela producida en los países europeos aparece como una solución adecuada en términos de extensión y de fidelización del público, para cumplir con las nuevas reglamentaciones en vigor de las normativas rumanas y de la directiva europea *TSF*, a la hora de la adhesión de Rumania a la Unión Europea. Así, se empiezan a realizar telenovelas a nivel nacional, inspiradas de la realidad social del país, pero siguiendo el modelo latinoamericano.

A modo de conclusión de esta última parte del primer capítulo, observamos, a primera vista, que el paisaje mediático rumano se caracteriza, en el periodo que estudiamos, por un gran número de canales de televisión pública y privada – ésta última debiéndose a la notable presencia de grupos mediáticos internacionales y nacionales financiadores. El pluralismo, como condición *sine qua non* de un país democrático, está asegurado por la existencia de múltiples canales de televisión. La libertad de expresión y el acceso a la información están garantizadas por la Constitución y por la legislación específica. La Ley del Audiovisual, el principal documento normativo que regula las transmisiones de radio y de televisión, prevé que “la censura de cualquier tipo sobre la comunicación audiovisual está prohibida”⁴³ y que “la independencia editorial de la radiodifusión está reconocida por ley”⁴⁴. La legislación en materia de audiovisual rumana es armonizada con las normativas de la Unión Europea, sobre todo a partir del año 2004 cuando se prepara la entrada de Rumania en la Unión Europea y, particularmente, después del año 2007 cuando Rumania es aceptada como país miembro de la UE.

⁴³ *La ley del Audiovisual no. 504 de 11 de julio de 2002*, modificada por la Ordenanza de Urgencia del Gobierno, no. 181/2008, Art. 6 (1) (“*Legea audiovizualului 504/2002*”, s.f.).

⁴⁴ *La ley del Audiovisual no. 504 de 11 de julio de 2002*, modificada por la Ordenanza de Urgencia del Gobierno, no. 181/2008, Art. 6 (2) (“*Legea audiovizualului 504/2002*”, s.f.).

Después de una mirada más atenta sobre el paisaje audiovisual, al examinar la propiedad de los grupos mediáticos rumanos, tal como es el caso de los dos grupos nacionales más importantes: *Intact Media Group* y *Realitatea Catavencu*, se observa que la agenda mediática está orientada, más bien, por los intereses políticos y económicos que por el deseo de ofrecer programación de calidad a los telespectadores.

Otra particularidad de la televisión rumana de hoy en día parece ser la trivialización de los programas de noticias debida a su orientación hacía lo espectacular. Esto determina que la información relevante para la sociedad pase, muchas veces, en el segundo plano. Esta tendencia se observa incluso desde los inicios de la televisión democrática en Rumania, con la transmisión en directo de la “tele-revolución” de 1989, cuya representación ha oscilado entre la realidad y la ficción de los hechos. Consideramos que dicha búsqueda de lo espectacular ha sido una de las razones que han influido y han sido determinantes para el éxito de los *soap operas* y de las telenovelas en una sociedad libre del yugo comunista, y, ulteriormente, para la producción de telenovelas propias, con personajes locales que logran una mayor identificación del espectador mediante la proximidad cultural.

Reconsiderando las condiciones vistas, estamos de acuerdo con Valentin Nicolau, según quien el proceso de transición de la TVR no ha concluido ni siquiera después de doce años de la revolución. Nos permitimos afirmar, después de este análisis del contexto audiovisual reglamentado por leyes nacionales y europeas en un contexto político, económico y social de transición, que el proceso no ha concluido ni siquiera veinticuatro años después de la revolución de 1989, Entonces, tal como afirma Nicolau, la televisión rumana sigue buscando su identidad, velada por los diversos intereses de los distintos partidos políticos y, en gran medida, también por cierta tendencia de continuidad en puestos clave de las élites políticas formadas durante el periodo comunista (2009: 85).

2. Telenovela y *soap opera*. Orígenes y evolución, desde una perspectiva comparativa

La globalización, cada día más presente en nuestras sociedades, tuvo un papel importante en la difusión del fenómeno de la telenovela hacia los cuatro rincones del planeta, facilitando el movimiento de transnacionalización de los programas televisivos. Para ver la evolución de un fenómeno generalizado a nivel planetario como la telenovela, desde sus orígenes y hasta convertirse en modelo de producción en algunos de los países de Europa Central y del Este y particularmente en Rumania, es necesario rastrear sus raíces e indagar en profundidad, para identificar el punto de partida y su devenir⁴⁵ como género melodramático, hasta el presente.

Tal como hemos visto en el capítulo anterior, durante el periodo comunista en Europa Central y del Este, la monotonía de la cotidianidad que vivía la población de sus países se había visto interrumpida, en las épocas más suaves del comunismo, por la transmisión de producciones de origen soviético y en los momentos cuando el control estatal y la censura se impusieron, por emisiones con contenido propagandístico del partido comunista. El contexto de la transición mediática en la Rumania de principios de los años 90 abre las puertas del país, tanto a los *soap operas* norteamericanos, como a las telenovelas latinoamericanas.

A través de la identificación y del análisis de las características de los *soap operas* y de las telenovelas como sub-géneros del género melodramático, se pretende demostrar cuál de los dos es el modelo que se adapta en Rumania, para la creación de las producciones nacionales. Así, la presentación de las características de las dos formas de ficción seriada, que obedecen de manera distinta a las reglas del género

⁴⁵ Por “devenir” nos referimos aquí a la transformación del género melodramático a lo largo del tiempo, tanto desde el punto de vista de sus contenidos, que se adaptan a la evolución de la sociedad, como desde el punto de vista de los soportes que lo difunden: en un inicio, el soporte escrito que da a conocer el folletín, que se adapta, ulteriormente, a la radio —a su vez generando la radionovela, que más tarde se traslada a la pantalla como soporte audiovisual. La convergencia mediática logra determinar que el género melodramático actúe en plataformas multi-soporte, como el teléfono móvil o la red de Internet. Aunque este aspecto desarrollado en la presente tesis, es interesante de precisar para ofrecer unas pautas más amplias sobre lo que es la transformación del género melodramático, de acuerdo con la evolución de las nuevas tecnologías.

melodramático, ayuda a distinguir entre ellas y determinar rasgos de lo que es el modelo latinoamericano de telenovela, adoptado y adaptado en Rumania.

A su vez, el modelo latinoamericano de telenovela, que tiene características comunes para el conjunto de los países productores de América Latina, cuenta con sub-modelos, que muestran especificidades para cada país. De los países donde históricamente la telenovela ha tenido un papel importante, hasta llegar a convertirse en una industria con repercusiones positivas en sus economías, retenemos a México y Brasil. Los dos gigantes de la industria de la telenovela han incorporado elementos culturales propios, lo que hace que el modelo mexicano de telenovela sea distinto del modelo brasileño, los dos contribuyendo, junto con otros modelos de otros países, a la riqueza del modelo latinoamericano de telenovela.

La telenovela se constituye como un producto cultural, caracterizado por la proximidad establecida mediante un vínculo de identificación y de reconocimiento de los espectadores con los personajes y con las situaciones presentadas. De hecho, un elemento clave que justifica su éxito frente al público es justo dicha identificación con las historias y con los personajes: “The success of telenovelas, to a great extent, depends upon the possibilities of audience identification with the characters, stories, actors and actresses” (Mato, 2001).

El melodrama es una forma de expresión popular en la cual el pueblo refleja y, al mismo tiempo, ve reflejada su cotidianidad. Consideramos esencial ir más a fondo en la problemática de la relación –dicotómica a primera vista, pero al mismo tiempo complementaria– que se establece entre la vida real y la ficción, tal como se demostrará más adelante en el presente capítulo. Para explorar esta connotación relativa al reflejo de la proximidad entre la vida real y la ficción y su incidencia en la forma de vida del televidente, será necesario indagar en los orígenes del melodrama y seguir el recorrido histórico de la telenovela como género melodramático.

La telenovela como expresión del género melodramático al servicio de las industrias culturales hace que la transposición a la pantalla de motivos universales como el amor, el odio, a los que se añaden los estereotipos ilustrativos del bien y del mal – también referentes universales– le garantice el éxito a nivel mundial.

2.1 La investigación del *soap opera* y de la telenovela a través de las décadas

En 1947, James Thurber describía en el prólogo de lo que iba a ser uno de los análisis más valiosos sobre las telenovelas el *soapland* como “a country so vast and complicated that the lone explorer could not possibly hope to do it full justice” (Allen, 1985: 2). Hoy en día, después de más de 60 años, el terreno del *soap* está mucho más extendido de lo que Thurber pudo imaginar, y explorado por un alto número de investigadores, provenientes de distintas áreas de conocimiento.

El conjunto de bibliografía secundaria que está a base de esta investigación representa el fruto de la reflexión de autores latinoamericanos, norteamericanos y europeos, de horizontes intelectuales diferentes y con tradiciones de análisis de distinta procedencia. Esta heterogeneidad de puntos de vista confiere a la investigación una multitud de perspectivas sobre las formas de transformación de un género popular en continua evolución, en la era de la globalización.

Se intenta hacer un balance sobre las investigaciones actuales acerca de la telenovela y del *soap opera*, con el fin de presentar una breve incursión histórico-crítica de las investigaciones existentes sobre los seriales televisivos. Esta revisión es necesaria para determinar el estado actual de la investigación donde se puede situar el estudio sobre la producción de telenovelas en Rumania, en el contexto actual de la globalización.

Si en el mundo norteamericano el *soap opera* está rastreado a partir de los años 30, enmarcado en la Época Dorada de la publicidad y relacionado con un nuevo proyecto nacional que adquiere progresivamente dimensiones transnacionales, en Latinoamérica, la primera irrupción en cuanto a la producción de la telenovela se localiza temporalmente en los años 60, en Cuba y México.

2.1.1 Perspectivas norteamericanas

Inmediatamente después de su aparición, en la década de los años 40, el *soap* se convierte en objeto de estudio dentro del marco de la teoría sociológica oficializada a propósito de la comunicación de masas. La *teoría sociológica norteamericana*, consagrada a medir el efecto de los medios de comunicación de masas sobre la opinión

pública, levanta “la primera denuncia pública del *soap* como indocinador” (López-Pumarejo, 1987: 71), desde la óptica de la comunicación de masas como “moldeador de visiones de mundo” (López-Pumarejo, 1987: 71).

Después de un periodo de “boom” de investigaciones en los años 40, el *soap* dejó de representar un tema de interés para los investigadores en los Estados Unidos durante aproximadamente 25 años. La revitalización del tema se produce a partir de 1972, con la publicación de un artículo de Natan Katzman, en la revista *Public Opinion Quarterly*, con el título de “Television Soap Operas: What’s Been Going on Anyway?”. El artículo señala la falta de investigaciones publicadas sobre los *soap*, a pesar de su popularidad. Los únicos estudios disponibles en aquel momento eran los sondeos de audiencia de las radionovelas, que constituyen, sin embargo, según el autor, un paso decisivo para determinar el papel de las telenovelas en el cambio de comportamientos: “The big question is to what degree the daytime serials change attitudes and norms and to what extent they merely follow and reinforce their audience. A study of viewers is the obvious step towards an answer” (1972: 212).

Desde 1977, se han venido realizando investigaciones sistemáticas sobre diferentes aspectos del *soap opera*. El libro *Life on Daytime Television: Tuning in American Serial Drama* editado por Mary Cassata y Thomas Skill (1982) es considerado como el primer texto académico dedicado en su totalidad al *soap* estadounidense.

Los años 80 destacan con *The soap opera* de Muriel Cantor y Suzanne Pingree (1983), trabajo que cubre aspectos diversos sobre el *soap*: históricos, de producción, de contenidos y de impacto en las audiencias a partir de las lógicas de transmisión en horario diurno y en horario estelar. Otro libro pionero, de referencia en el estudio sistemático del género *soap*, que le atribuye a éste el carácter de ficción, fue publicado en 1985 por Robert C. Allen. *Speaking of Soap Operas* hace una incursión hasta los orígenes socio-históricos del género y se constituye como un análisis semiótico de las relaciones texto-receptor. La peculiaridad del libro en comparación con los escritos ya existentes sobre el tema de las telenovelas consiste en el hecho que la telenovela se estudia con el fin de comprender sus leyes internas, con recursos de análisis literario. Además, Allen trata de identificar las influencias artísticas que han determinado su aparición y las condiciones materiales de su producción.

Cabe mencionar también la obra compiladora de Allen, *To be continued...: soap operas around the world* (1995), que se constituye como una colección de ensayos

sobre los modos de ver del melodrama televisivo en general y norteamericano en particular, incluyendo estudios significativos de los años 90 sobre la representación de la paternidad, identidad y cultura nacionales.

Aunque Allen hace referencia sobre todo al modelo del *soap* norteamericano, sus libros resultan fundamentales para comprender el funcionamiento de la telenovela como sistema textual y para su inserción en el panorama de la televisión transnacional.

Los principios de siglo XXI no cuentan con investigaciones sistemáticas dedicadas en su gran parte al *soap opera*. Con el desarrollo de la globalización, el foco del interés académico se dirige particularmente hacia la transnacionalización del *soap*, principalmente de formatos que dan lugar a adaptaciones locales, aspectos que detallaremos en el siguiente capítulo.

2.1.2 Enfoques latinoamericanos

Las ideas desarrolladas por los investigadores norteamericanos se pueden observar también en los análisis latinoamericanos sobre la telenovela, que coinciden temporalmente con el segundo periodo de investigaciones en los Estados Unidos, a partir de los años 70. Sin embargo, aunque los abordajes del tema sean similares, desde la perspectiva sociológica, semiótica y del análisis de contenido, la actitud tradicional latinoamericana se construye de manera diferente de la norteamericana, pero con el mismo enfoque predominante sobre las audiencias de las telenovelas. Cabe señalar que la teoría sobre la telenovela como narrativa de ficción televisiva, aún no se encuentra entre los trabajos de los investigadores de este periodo de principios, siendo objeto de estudio de las investigaciones de los años más recientes.

Los estudios dedicados a la telenovela durante la década de los años 70 indican la emergencia de un género, al que colocan en una posición de “objeto cultural con estatuto propio” (Eliseo y Escudero Chauvel, 1997: 10). En Latinoamérica, el trabajo de Rector y Trinta (1981) sobre la telenovela brasileña, la aproximación semiológica a la telenovela de Morana (1978) y de Verón (1978) barajaron unas perspectivas que marcaron toda la década, sobre la especificidad del género telenovela como ficción y sus modalidades teóricas de abordaje. La perspectiva semiológica, visiblemente presente en los estudios de este periodo, sirve para la lectura y la interpretación de los

mecanismos de enunciación. Una atención particular se atribuye a las particularidades regionales y a los mecanismos discursivos.

La *Aproximación a la telenovela* (1987) de Tomas López-Pumarejo pretende ser una “continuación o complementación del trabajo de Allen”, cuya metodología se propone retomar. El libro, que destaca por su aportación para nuestro estudio en términos metodológicos, se orienta hacia los mecanismos de circulación de las telenovelas y tiene como centro de preocupación las leyes generales del flujo televisivo transnacional, enmarcando al *soap* y a la telenovela en el contexto de su internacionalización. Pasando desde la perspectiva semiológica desarrollada en las investigaciones anteriores a considerar el discurso televisivo como transnacional y constante, el autor afirma que “la telenovela constituye al menos una tercera parte del mismo” (1987: 69). Desde la misma perspectiva de internacionalización de la telenovela y como antecedente de la producción de telenovelas locales, observaremos en nuestra tesis el proceso de internacionalización de los *soap operas* y de las telenovelas hacia los países de Europa Central y del Este.

López-Pumarejo argumenta que, a la hora de hablar sobre el *soap opera*, es necesario enmarcarlo en la televisión, como punto más estratégico desde donde observar la cultura transnacional. Desde esta perspectiva, para llegar a tratar sobre la telenovela, el autor considera necesario presentar brevemente el histórico de la televisión. De la misma forma, en nuestro caso, para llegar a tratar de la producción de telenovelas en Europa Central y del Este, nos aproximaremos primero a los sistemas audiovisuales en estos países en transición desde una perspectiva histórica, para luego enfocarnos en el objeto de la investigación propiamente dicho. López-Pumarejo pasa en revista, gradualmente, el fenómeno del consumismo, la publicidad, el flujo televisivo y el drama televisivo, para llegar a la aproximación al *soap opera*, que constituye el tema central del libro. Al mismo tiempo realiza un estudio sobre la cultura de masas, incluyendo la televisión. El libro reconstruye más bien un histórico de la telenovela como parte de la cultura transnacional televisiva, partiendo de la radionovela, su antecesora.

A diferencia del *soap opera*, que sale parcialmente del esfera de preocupación investigadora, los años 90 aportan estudios valiosos, en su mayoría enmarcados en el campo de los estudios culturales, que abarcan el tema de las telenovelas desde enfoques diferentes comparado con los estudios de los años 70. Desde el punto de vista sociológico, las aportaciones consisten en información sobre canales y redes, formas de

producción, públicos, mercados. El creciente mercado de distribución y consumo aparece ilustrado en las investigaciones de Martín-Barbero y Rey (1999) en Colombia, Quiroz (1993) en Perú y González (1998) en México.

En términos del proceso de producción de la telenovela, el libro *La industria de la telenovela* de Nora Mazziotti (1996) puede ser considerado como uno de los más destacados aportes de la década de los 90. La autora rastrea históricamente el inicio del proceso de producción de la telenovela en América Latina años atrás, apuntando a que la industria de la telenovela de hoy en día es resultado de un largo proceso que se ha ido desarrollando hasta llegar a difundir telenovelas en todas las partes del mundo.

Consecuentemente, para comprender la evolución del fenómeno telenovelístico, Mazziotti considera necesario ir más allá de la contemporaneidad, para averiguar que la telenovela, en su estadio presente, no es otra cosa que el resultado transformador de un largo proceso de producción. Por lo tanto, desde su punto de vista, es necesario rastrear, históricamente, los orígenes de este proceso evolutivo, para comprender como se ha llegado, hoy en día, a una “industria de la telenovela” y a la circulación de las telenovelas latinoamericanas en el mundo. Igualmente, este abordaje desde una perspectiva evolutiva que tiene como finalidad rastrear en el tiempo y comprender el proceso de producción de telenovela en el espacio de Europa Central y del Este está empleado en la presente tesis.

El libro de Mazziotti se constituye sobre todo como una introspección en el mundo de la industria de la telenovela. Detalla, desde los inicios de la actividad televisiva, las formas de producción, partiendo de la concepción del producto hasta su venta, con la finalidad de observar el desarrollo de la telenovela como melodrama televisivo a lo largo del tiempo. El libro estudia las repercusiones de las telenovelas y de los *soap operas* en culturas disímiles, lejanas, donde era impensado que generasen tanta devoción o fidelidad sin la existencia de una industria que propagara estos productos. La pregunta de la autora sobre la razón de haber escogido la telenovela como tema central de su libro, viene con una explicación esclarecedora, que subraya la importancia del fenómeno telenovela en América Latina:

¿por que elegir la telenovela? Porque la industria de la televisión en América Latina está asentada en la producción de telenovelas. Es el producto de fabricación más constante, el que tiene técnicos con mayor oficio y

profesionalidad, el que genera los mayores réditos y casi el único que circula internacionalmente (1996: 17).

Un conjunto de obras de referencia sobre la telenovela latinoamericana lo constituyen los estudios de Martín-Barbero (1992; 1995a; 1995b; y Rey, 1999) que son de base para nuestra investigación.

Los principales aspectos de los que tratan sus estudios son: la televisión y sus implicaciones en la vida cotidiana, la representación de la realidad en los seriales, la cultura de masas y cultura popular y la construcción de identidades nacionales. De estos aspectos retenemos para nuestro estudio principalmente aquellos que se refieren a la relación que se establece entre ficción y la vida real y a la construcción de identidades nacionales, con enfoque en el “drama del reconocimiento” (1995b), que sirve para explicar el proceso de las adaptaciones de telenovelas a nivel nacional.

Los trabajos de Martín-Barbero sobre el melodrama televisivo son fundamentales para comprender el género y, sobre todo, las mediaciones que se establecen entre los públicos y la industria. A través de la estructura y la dinámica de la producción, se describe el proceso de producción del género y se estudia la competitividad industrial y la habilidad comunicativa de los productores hacia sus públicos.

Para Martín-Barbero, resulta interesante observar las modalidades de articulación de los relatos, donde sociedades anacrónicas entran en contradicción con sociedades contemporáneas, en el contexto de la internacionalización creciente, que incide cada vez más en las vidas de los espectadores. Las estrategias de análisis, reflejadas en las líneas de investigación, son constituidas por las perspectivas de estudio clásicas en comunicación: emisor, texto y receptor. Martín-Barbero analiza, siguiendo este marco teórico, la estructura y la dinámica de la producción de telenovelas, sus usos sociales y modos de ver y la composición textual.

Los usos sociales y modos de ver vienen reflejados en el estudio de los espacios de circulación y de consumo de la televisión en los círculos restringidos y privados de la familia, con enfoque en la figura del ama de casa. Además, el autor argumenta que los espectadores –representados por diferentes grupos sociales, raciales, étnicos o regionales– leen las telenovelas a partir de imaginarios colectivos y competencias culturales, para después proyectar su identidad. Este aspecto en particular será

revalorizado en nuestra investigación, para justificar la necesidad de producciones ricas en significados para el público de un cierto país, por razones de proximidad cultural.

Con respecto a la composición textual, Martín-Barbero analiza el género telenovela tanto desde su definición, como desde la realidad social que refleja. Parte de la idea que los melodramas no son una importación de la realidad en la ficción, pero reconoce su función de matriz, útil para el estudio de la transformación del mundo real en narrativa. Los análisis son estructurados por niveles: a partir de la representación, pasando por la forma del relato, la estructura del imaginario y observando el lenguaje textual.

Todas estas propuestas comprensivas permiten a Martín-Barbero articular un discurso sobre la realidad social representada en los textos de las narrativas televisivas, teniendo en cuenta el imaginario simbólico y cultural al que hacen referencia. El discurso construido así en términos de representación de una realidad social le permite hablar también de preservación y reconstrucción del imaginario colectivo.

En cuanto a la semiótica de los años 90, las contribuciones se reflejan sobre la intertextualidad de la telenovela, sobre sus reglas de composición y la noción de “transgénero”. Los estudios sobre estos aspectos corresponden sobre todo a Steinberg (1997).

Otra obra muy valiosa es la compilación de los investigadores argentinos Verón y Escudero Chauvel (1997), que muestra distintas aproximaciones al género melodramático desde una perspectiva histórica de su transformación desde el folletín hasta la telenovela.

Pasando a principios de siglo XXI, un libro de mayor relevancia para la investigación sobre el melodrama televisivo en general y para este trabajo en particular es el de José Ignacio Cabrujas (2002), *Y Latinoamérica inventó la telenovela*. El libro se construye a partir de los apuntes de un taller: “el libreto de telenovelas” que el autor había impartido en el *Instituto de Creatividad y Comunicación* de Caracas y que iba destinado a futuros autores de libretos de telenovela. Así, el libro está concebido con un estilo de escritura particular, caracterizado por la oralidad, que da la impresión que Cabrujas se dirige directamente al lector. Cabrujas habla desde su experiencia de guionista de telenovelas, ofreciendo así verdaderos ejemplos de cómo se escribe correctamente un libreto.

La publicación representa una síntesis del talento del autor, donde comparte su experiencia como dramaturgo, guionista, actor, ensayista, melómano e cinéfilo. Aporta,

de una manera original, su visión sobre el género de la telenovela, rastreando conceptos claves en la conformación de este género, siguiendo su evolución sobre todo en Venezuela. Para el autor resulta necesario detenerse en su descripción de la cultura occidental sobre la herencia española, que se convierte, a la hora en que Latinoamérica inventó la telenovela, en uno de sus elementos constitutivos. Después de la teorización de conceptos esenciales para la comprensión del género telenovela, como: el drama, el melodrama o la cultura popular, Cabrujas hace un recorrido, desde el teatro griego, hasta la radionovela, pasando por la ópera, el cine y el folletín. El autor destaca la importancia del conocimiento de estas claves conceptuales para comprender a fondo lo que es una telenovela.

Cabrujas insiste en todos estos aspectos teóricos, historiográficos y culturales sobre la telenovela, observados y aprendidos por su propia experiencia, por la falta de un trabajo completo, resultado de un “conocimiento puramente objetivo”. Él se siente entonces responsable por llenar el “vacío” generado por esta falta de base teórica suficientemente documentada:

Han transcurrido ya unos cuarenta años a partir de la primera irrupción de la telenovela en el mundo latinoamericano vía Cuba y México, y sin embargo, este género no ha merecido, sino hasta muy poco, reflexiones teóricas que aquilaten su novedosa experiencia. [...] Habrá que esperar mucho tiempo para que aparezcan libros que teoricen en torno al problema de la telenovela, por eso estamos hablando de un asunto que es difícil precisar en términos de conocimiento puramente objetivo. Nuestro análisis del género tiene que ser diferente, más bien de tipo empírico, y combinar las fuentes que nos vienen de documentos con las provenientes directamente de la experiencia. Ese vacío es lamentable porque nos cierra una instancia clave para disponer de una base teórica para el estudio de la telenovela (2002: 189).

A propósito del fenómeno telenovela, lo identifica como “muy característico nuestro”, pero:

[...] esto es un fenómeno muy reciente y no creo que haya todavía un libro que valga realmente la pena respecto al asunto. Existen comentarios sobre algunos de sus aspectos –más bien colaterales– pero nadie ha escrito todavía algo

articulado sobre la telenovela. En primer lugar, nos faltan su historia y sus fundamentos teóricos: pues sólo hay fragmentos aislados en conferencias, documentos o folletos [...] y esto es algo demasiado vago. Tenemos que tratar de llenar ese vacío (2002: 189-190).

El libro de Cabrujas es una obra valiosa, no tanto por presentar detalladamente y de manera ejemplificada los conceptos que están a la base de la telenovela, sino por presentarlos dentro de un contexto histórico, yendo hasta los orígenes de estos conceptos. Este aspecto transcendental es característico a este libro, tal como es su oralidad, así destacándolo frente a otros autores, que mencionan estos conceptos, pero que no se detienen para rastrear sus orígenes. Para esta tesis, el libro es muy útil para identificar los diferentes ingredientes de la telenovela, enmarcados en su devenir histórico.

En 2010, sale a luz el libro editado por Ilan Stavans, llamado simplemente *Telenovelas*, que representa una actualización importante en el campo de la investigación sobre los *soap operas* y sobre las telenovelas. Dentro del libro se presentan unas contribuciones interesantes –de las que retenemos sobre todo aquellas enfocadas hacia la telenovela– como la de Slade con respecto a las telenovelas del imperio mexicano de la televisión, *Televisa*, inscritas dentro de las dinámicas globales del género, o de Bielby y Harrington, quienes describen el proceso de “telenovelización” del modelo del *soap opera* norteamericano en América Latina. El capítulo de Biltereyst y Meers se construye alrededor del debate internacional en torno a la telenovela, apoyándose en el argumento del contra-flujo de programación televisiva en cuanto a las importaciones de producciones de América Latina dentro y fuera de la región. Así, los investigadores belgas explican el desarrollo de las industrias culturales en América Latina, hecho que determina la disminución y, en algunos casos, la sustitución de las producciones norteamericanas por producciones nacionales.

2.1.3 Miradas europeas

El libro coordinado por Peñamarín y López Díez (1995) reúne los trabajos de investigación de numerosos académicos, que constituyen referencias de base para esta tesis en cuanto a la telenovela, el *soap opera* y las series de televisión producidas en

Europa, presentadas desde una perspectiva diversificada. El estudio de María Pia Pozzato trata sobre las reglas generales del “género rosa” en literatura y en televisión. Christine Geraghty ofrece una perspectiva comparativa de un aspecto bastante específico dentro de la temática del melodrama televisivo, que es la representación de la familia. Sin embargo, también da unas pautas generales sobre las diferencias entre las series producidas en Estados Unidos y en Gran Bretaña. Gerlinde Frey-Vor presenta particularidades de la telenovela en la cultura alemana desde la tradición del drama popular, mientras que Maritza Guaderrama realiza un estudio sobre la construcción social de la telenovela en la prensa española.

El modelo de análisis comparativo desarrollado por O'Donnell (1998) en el estudio de *Eurofiction* permite el acercamiento a la ficción europea e, implícitamente, al área general de estudio de la presente tesis sobre la ficción televisiva en Rumania.

O'Donnell propone un modelo analítico complejo, intentando reunir en un solo trabajo el estudio del emisor, el análisis de texto y una aproximación a la visión del espectador, a través de publicaciones de prensa sobre series televisivas. Su investigación está enfocada en la producción de seriales europeos, con el fin de establecer una perspectiva general de los melodramas televisivos de concepción occidental - europea.

Eurofiction realiza un análisis de la ficción televisiva correspondiente a cada uno de los países europeos implicados, tanto como producto industrial y cultural. Sin embargo, no procede a la contextualización de la telenovela en el ámbito socio-cultural de procedencia.

En Italia, un estudio digno de ser mencionado es el de Buonanno (1999), que trata sobre la configuración de identidades nacionales y sobre los contenidos sociales de la ficción televisiva, entendida como “narrativización” de la sociedad, que se investiga desde la representación de la realidad en el mundo de la ficción. Buonanno identifica tres funciones principales de las series televisivas: la familiarización, la fabulación y el mantenimiento de la comunidad. Según Buonanno, los melodramas televisivos contribuyen a la construcción social de la realidad, pero de manera indirecta, no impuesta.

Para la autora, los espacios de superposición e interacción entre la realidad del mundo cotidiano y la realidad de la ficción existen. Por lo tanto, su investigación sobre ficción televisiva, enfocada particularmente hacía los *soap operas*, está ilustrada a través de la relación entre realidad y ficción. La investigadora italiana apoya así las líneas de investigación que argumentan sobre las situaciones presentadas en las series

televisivas norteamericanas como formas de comprensión del mundo por las espectadoras. Los personajes se contemplan entonces como personas, sus acciones siendo identificados, en este caso, con los comportamientos sociales.

Buonanno abre un nuevo horizonte investigador desde la perspectiva del marco teórico de definición de la función social de la ficción televisiva, siendo uno de los principales referentes para la propuesta de análisis de los seriales televisivos en Rumania como transmisores de valores sociales.

Tanto la década de los años 90 como la primera década del siglo XXI han aportado contribuciones valiosas en cuanto a la investigación del *soap opera* y de la telenovela. De acuerdo con los estudios identificados, es manifiesto que el interés acordado al fenómeno de la ficción televisiva seriada ha ido incrementando, con el paso del tiempo, cada vez más a nivel mundial.

Es relevante hacer hincapié en la actividad del Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OBITEL) que, desde su fundación en 2005, ha estado realizando estudios sistemáticos y comparativos sobre la producción y la programación de ficción televisiva tanto en España como a nivel internacional. Estos estudios, publicados bajo la forma de Anuarios OBITEL, coordinados por el Dr. Lorenzo Vilches (2007, 2008), son el fruto del trabajo de una red de investigadores implantados en universidades de España, Portugal, América Latina y Estados Unidos. Dichos anuarios ofrecen información sobre la industria de la ficción de cada país, ofreciendo para nuestra investigación información necesaria y fiable sobre otras regiones y permitiendo, al mismo tiempo, posicionar la región de Europa Central y del Este dentro de los estudios ya existentes. El anuario OBITEL 2007, con el título *Culturas y mercados de la ficción televisiva en Iberoamérica* (Vilches, 2007), reúne trabajos originales que tratan sobre cómo la cultura urbana y fragmentos de historia local de diferentes países se transforma en tema de inspiración para los escenarios de la ficción, sus personajes y sus historias. Este libro en particular nos ofrece modelos de análisis sobre cómo la realidad social incide en la ficción televisiva en nuestra zona de estudio. El anuario OBITEL 2008, titulado *Mercados globales, historias nacionales* (Vilches, 2008) mira a la telenovela desde su perspectiva estratégica debida principalmente a factores económicos que, por un lado, justifican su peso en el mercado internacional de la televisión y, por otro lado, generan formatos y modelos nacionales de producción industrial. Puesto en otros términos, el enfoque recae sobre la telenovela como producto económico para producir y reproducir. De aquí retenemos el peso de las culturas nacionales, donde la

identificación de los espectadores con las situaciones presentadas y con los personajes adquiere un valor añadido en las producciones locales, ante un mercado televisivo cada vez más globalizado.

Otro libro de referencia es *Convergencia y transmedialidad: la ficción después de la TDT en Europa e Iberoamérica* (Vilches, 2013), donde se observa el avance de la convergencia tecnológica en diversas partes del mundo, observando la nueva redistribución de los canales de televisión públicos y privados a raíz del establecimiento de la alta definición en las señales de distintos países. En este libro, además de la situación actual de la ficción televisiva en otros países contemplados en estudios anteriores, nos acercamos a la producción de ficción televisiva seriada local en los países de Europa del Este (Dragota, 2013), que retomamos de forma más amplia en esta tesis.

Para concluir este estado de la cuestión incluyendo tan diversas perspectivas investigadoras, cabe destacar el hecho de que la década de los años 90 y la de inicio de siglo han visto las perspectivas de análisis sobre los seriales televisivos diversificarse, observándose hoy en día un conjunto de trabajos muy diversos según autores de distintas procedencias y con intereses orientados hacía un cierto tipo de producción de ficción seriada. Consecuentemente, durante este periodo, las investigaciones sobre las series televisivas fueron más prolíferas que durante las décadas precedentes.

Es por esta razón, principalmente, que se dedicará una atención particular a los trabajos de los 90 y principios del presente siglo, enfocados tanto en el *soap* norteamericano, en la telenovela latinoamericana y en las producciones de telenovelas en algunos países europeos. Además, la década de los 90 coincide con el momento de la llegada de las series televisivas americanas a Rumania. Consideramos, por lo tanto, imprescindible conocer los antecedentes en materia de ficción televisiva a nivel internacional, gracias a los estudios mencionados, para comprender cómo se ha llegado a la producción de telenovelas en Rumania, a principios de siglo XXI.

Además de su gran número y su riqueza en información, dichos estudios se han mostrado muy útiles para la presente tesis, que pretende aportar su contribución, ofreciendo datos sobre la zona de Europa Central y del Este, en un trabajo de extensión amplia, que trata de seguir las pautas y las lógicas de composición, por países, de los anuarios OBITEL anteriormente mencionados. Sin embargo, en vez de limitarse a un periodo anual, como en el caso de los anuarios, este trabajo está pensado para cubrir un

periodo temporal mucho más amplio, dada la escasez de estudios sobre esta región de Europa.

2.2 Soap opera y telenovela: un género, múltiples características

Sobre el papel de la telenovela como género dentro del “medio de comunicación más importante”, la televisión, escribía López-Pumarejo, a finales de siglo XX:

En este siglo americano no hay medio de comunicación más importante que la televisión y no hay espectáculo más difundido que la telenovela. [...] el punto más estratégico desde donde observar aquello que se conoce como cultura transnacional es la televisión y dentro de ella, lo que constituye, en un nivel planetario, la mayor parte de su corpus de programación: el soap opera⁴⁶ (López-Pumarejo, 1987: 11).

La tendencia de difusión a escala internacional del *soap opera* como consecuencia de la transnacionalización de la cultura, ya existente a partir de las últimas dos décadas del siglo XX, es aún más presente a principios de siglo XXI.

La telenovela no sólo es un producto de exportación de particularidades culturales específicas al continente latinoamericano, sino que también se convierte en elemento de cohesión para América Latina. José Ignacio Cabrujas⁴⁷ lo califica como “el más fabuloso instrumento de comunicación”, propio a todos los latinoamericanos.

El dramaturgo venezolano añade que la telenovela se abre como una ventana hacía millones de latinoamericanos que viven en los Estados Unidos, ofreciéndoles una

⁴⁶ López-Pumarejo (y otros: L. Vilches, 1997: 54) utiliza el término “*soap opera*” como concepto sinónimo de “telenovela”, sin alguna distinción en particular- los dos términos haciendo referencia al mismo género melodramático (aunque uno empleado para referirse a las series televisivas norteamericanas y el otro, generalizado para el conjunto de los países latinoamericanos). De la misma manera, en ocasiones, a lo largo de la presente tesis, el término de “telenovela” será empleado como sinécdoque, englobando en sí otras formas de series de ficción televisiva, particularmente al *soap opera*, salvo cuando esta diferencia no esté específicamente puesta de manifiesto.

⁴⁷ Importante intelectual del siglo XX venezolano, destacó como dramaturgo, director de teatro, actor, cronista, guionista de cine y televisión. Es considerado como uno de los renovadores del género de la telenovela en Latinoamérica.

visión sobre el mundo, el paisaje, el idioma, la comida, los costumbres de sus tierras de origen.

2.2.1 La telenovela como género

2.2.1.1 Aproximación al concepto de “género”

La aproximación al concepto de género resulta necesaria para explicar las bases de las que parten, tanto el *soap opera* norteamericano como la telenovela latinoamericana, para luego generar híbridos que se transforman, a lo largo del tiempo, de acuerdo con la evolución de las sociedades donde se crean y a las que se adaptan.

Retenemos, a estos efectos, las palabras de Tom Ryall, citadas por Stephen Neale en su obra *Genre*, según las cuales: “La imagen primordial en la crítica de los géneros es el triángulo compuesto por artista/película/público. Los géneros se pueden definir como patrones/formas/ estilos/estructuras que trascienden a las propias películas, y que verifican su construcción por parte del director y su lectura por parte del espectador” (1980: 7). Los géneros se ubican en un tema, un corpus concreto y una estructura y, además, comparten una serie de características fundamentales, vistas como denominadores comunes (Altman, 2000), logrando una síntesis a partir de la recreación y adaptación de materiales prestados a otros géneros no fílmicos al contexto audiovisual contemporáneo.

Conviene entonces rastrear los orígenes del concepto polifacético de “género” desde una perspectiva transhistórica, considerándolo una continuación de algunos géneros preexistentes en otros medios, como la literatura (el *western*) o el teatro (melodrama) (Altman, 2000: 42). Por tanto, nos referiremos al “género” como procedente de la teoría literaria, que se desarrolla también en los estudios cinematográficos y en los estudios sobre medios y televisión, desde una perspectiva evolutiva, historiográfica, gracias a la que podemos observar que los géneros pueden dar lugar a híbridos.

Refiriéndonos al estudio de los géneros cinematográficos, apoyamos la idea de Rick Altman, quien afirma que éstos beben de la tradición de crítica de los géneros literarios, desde la perspectiva de la tradición aristotélica, relativa a la estructura textual y a los efectos de su recepción. Esta tendencia proliferó a finales de los años sesenta,

aunque se haya constituido como un terreno aparte, generando sus propios *modus operandi* y sus propios objetos de estudio. Cabe señalar que Altman justifica este cambio que imponen los géneros cinematográficos y que destaca frente a los estudios sobre los géneros literarios, a raíz de las lógicas del proceso de producción – distribución – consumo (2000: 37). Según el mismo autor, “el género es una estructura y, a la vez, el conducto por el que fluye el material desde los productores a los directores y desde la industria a los distribuidores, exhibidores, espectadores y sus amigos” (2000: 35). La crítica de los géneros explica todos los aspectos del proceso, desde la producción y llegando hasta la recepción, enfocándose en el análisis de los acontecimientos presentados en su estructura narrativa, del rango social y cualidades morales de los personajes que toman parte a ellos y, una vez distribuidos, de los efectos que estos generan en el público.

Por tanto, los géneros aportan las fórmulas, que rigen la producción, fácilmente reconocibles a través de su similitud y que constituyen las estructuras que definen los textos, tal y como afirma Gledhill: “A particular genre category refers to the way individual fictions which belong to it can be grouped together in terms of similar plots, stereotypes, settings, themes, style, emotional affects and so on” (1977: 351). Las decisiones de programación dependen de criterios del género, mientras que la interpretación de las películas de género surge a partir de las expectativas del público respecto al género y de la predictibilidad conferida por su carácter repetitivo a nivel de contenidos y no sólo: “Just naming these different popular genres [...] will probably invoke for you certain expectations about the kind of stories and affects they offer” (Gledhill, 1977: 351). El término “género” se caracteriza por variables, clasificadas por Altman de la siguiente forma:

- “el género como *esquema básico* o fórmula que precede, programa y configura la dimensión de la industria;
- el género como *estructura* o entramado formal sobre el que se contruyen las películas;
- el género como *etiqueta* o nombre de una categoría fundamental para las decisiones empresariales;
- el género como *contrato* o posición espectral que toda película de género exige a su público” (Altman, 2000: 35).

Para Gledhill, estas variables se tienen que ver con: “format and médium, subject matter, setting and locations, narrative pattern, character types, plots” (1977: 351-352).

Definir los géneros desde una perspectiva transhistórica, hace notable el hecho de que éstos repiten unas estrategias que facilitan su identificación, enmarcada en un modelo industrial de producción. Thomas Schatz hace referencia a un “prototipo genérico” (1981: 264), determinante para hacer funcionar el mecanismo cíclico de producción – venta. Sin embargo, aunque sigan esquemas estándar, Robert Warshow apunta que “la variación es imprescindible para evitar que el tipo se convierta en algo estéril; no queremos ver la misma película una y otra vez, sólo la misma forma” (1974: 147). Sin embargo, la lógica de Leo Braudy enfatiza en la repetitividad del género como elemento estimulante para el gusto del público: “¿Todavía queréis creer en esto?”. La popularidad es el público respondiendo: “Sí” (1977: 179). La naturaleza repetitiva que refleja el concepto de “género” se manifiesta, según Altman, tanto en un plan intratextual, como intertextual, por el empleo constante de un abanico de situaciones y de conflictos fundamentales que varían los detalles, dejando intacto el esquema básico. El efecto acumulativo de las situaciones que siguen una pauta muy similar hacen predecible y fácilmente reconocible una película o una serie televisiva como parte de un género o de otro: “Al parecer, la película de género no representa otra cosa que la repetición infinita de la misma confrontación, el mismo plano/contraplano, la misma escena de amor” (Altman, 2000: 48).

El *star system* con su fórmula de introducir grandes estrellas en las películas y series televisivas juega un papel esencial en la predictibilidad de un género, garantizando un cierto estilo, un conjunto de actitudes y una determinada atmósfera, sólo con contemplar el título y los créditos (Altman, 2000: 49).

Según Altman, la familiaridad que presenta el género a través de la reafirmación de los mismos elementos es un elemento clave del placer de ser espectador de género. El entorno reconocible de las películas o series ofrece la garantía de que las emociones, las situaciones y los diálogos generarían son similares con las sensaciones experimentadas anteriormente, por tanto el espectador se encuentra en terreno conocido. El suspense, por tanto, es uno falso, porque el espectador puede predecir el destino de los protagonistas, debido a la predictibilidad enmarcada dentro del género (Altman, 2000: 49).

Altman considera que “las películas de género están estrechamente ligadas a la cultura que las produjo” (2000: 49), partiendo de un uso simbólico de imágenes, sonidos y situaciones. El mismo autor afirma que los géneros cinematográficos son funcionales para la sociedad, por el papel que desempeñan y que permite a los espectadores resolver, aunque sólo de forma imaginaria, problemas que se encuentran en su vida diaria. En la misma línea de Altman, Bill Nichols (2010) habla de las sensaciones que los espectadores experimentan, de participar en los eventos presentados, al ver a los personajes moverse, siguiendo pautas comportamentales determinadas por las convenciones que rigen el mundo imaginario que éstos habitan. Estos comportamientos, llevados por sentimientos como los celos, el coraje, la seducción, resultan familiares por ser extraídos de la realidad, intensificada a través de emociones enmarcadas en cada vez en una nueva historia, pero que remite a un mismo género.

2.2.1.2 El género de la telenovela

La telenovela es, según López-Pumarejo, “el género narrativo más popular en la historia de la humanidad” (1987: 69). Conviene retomar la definición de la noción de género propuesta por Escudero Chauvel, para después justificar cómo se inscribe la telenovela o el *soap opera* en la noción general:

El género en su acepción más elemental es un principio de coherencia textual y una forma de clasificación. El criterio de género designará *una clase de discursos* (“tipo”) como el género fantástico, policial o histórico, y simultáneamente *una forma o matriz de producción* (“fórmula”) como la epopeya, la comedia o la tragedia, para retomar la clasificación aristotélica (1997: 76).

En cuanto a la noción de género referida al campo mediático, Escudero Chauvel afirma que “el género pondrá en relación no sólo un texto con una serie, sino un público con un sistema de producción, contribuyendo a construir la competencia de lectura e interpretación de los consumidores, es decir, su enciclopedia mediática” (1997: 76).

Otra definición interesante del género, visto desde una perspectiva cultural, es la de Simões Borelli:

Los géneros articulan, en el conflicto, las manifestaciones tanto de la cultura popular de masas, como de una cultura erudita. Pueden ser entendidos como matrices culturales, como arquetipos, como modelos, como patrones, como textualidades; los géneros caracterizan universalidades, retoman tradiciones, buscan la memoria y redimen, selectivamente en la modernidad, los perfiles de un pasado y de un tiempo aparentemente perdidos (1997: 169).

Los géneros se organizan, por definición, alrededor de una estructura de base que permite una fácil identificación según características particulares y una estructuración de los hábitos de consumo de los medios. Los géneros ficcionales, que tienen maneras de textualizar propios, se definen como un elemento de análisis de la producción en el campo de la industria cultural, donde generan “*una forma o matriz de producción (“fórmula”)*” (Escudero Chauvel, 1997: 76). Los géneros borran las fronteras entre la realidad y la ficción; seducen al receptor, provocando lágrimas, felicidad, risas, miedo o ansiedad. Funcionan como referentes para el imaginario colectivo. La estructura de un género es estable y no está sometida a cambios, lo que permite el reconocimiento y le diferencia de otros géneros. Como producto, la telenovela responde a una estrategia narrativa y al mismo tiempo y se enmarca en un cierto contexto de enunciación, generando una multitud de efectos en la audiencia, como son la adhesión, el interés o el rechazo (Escudero Chauvel, 1997: 77).

La telenovela como género rosa cuenta con algunas características que revisa Pozzato (1995: 41) que la diferencian de otros géneros:

- (1) el mundo de la telenovela es sobre todo un mundo donde predomina la conversación, ambientadas en el interior;
- (2) el manejo específico de la regla del tiempo y del espacio;
- (3) la narrativa está fragmentada en series e dividida en su estructura interior por el suspenso, que da paso a los anuncios televisivos;
- (4) los acontecimientos se refieren a una cierta comunidad;
- (5) el tipo de textualización permite que la historia nunca termine;
- (6) cada capítulo complejiza el trama, aportando cada vez nuevas y complicadas historias de vinculaciones entre los miembros de la comunidad.

Sin embargo, son posibles transformaciones de un género, gracias a la evolución histórica, que permite la evolución de las expectativas cognitivas de los espectadores. El melodrama, como género transmedial que encuentra sus raíces en literatura, en cine y en televisión, se caracteriza por una serie de rasgos particulares en la construcción de los personajes y del relato, en relación con la expresión de los sentimientos y de las emociones. Estos rasgos típicos del género se inscriben dentro de una fórmula de producción, tal y como sugiere Escudero Chauvel (1997: 77). Utilizando el adjetivo “melodramático”, estamos indicando que estos elementos se integran al formato de la ficción serial televisiva, que tiene también otras convenciones no ligadas directamente al melodrama.

Por tanto, con la modernización, los géneros están sometidos a modificaciones debidas al cambio de las referencias simbólicas que conforman el imaginario colectivo. También se transforman de acuerdo con los impulsos de un mercado con tendencias de continuo crecimiento que trata de responder a los nuevos retos impuestos por la globalización. Como doble consecuencia –por un lado dictada por las leyes del mercado en crecimiento y, por otro, por la globalización– hoy en día existe un mercado y un público muy vasto que ve cada vez más programas de televisión y cada vez más telenovelas.

Presentados en relación de interdependencia, la televisión y la telenovela son consideradas por Escudero Chauvel como medio fuerte y, respectivamente, género fuerte:

[...] la televisión es un *medio fuerte* en el sentido de que reafirma constantemente las formas de su propio reconocimiento, y la telenovela es un género fuerte en el sentido de que provee reglas estructurales precisas, estables y redundantes que forman la competencia semiomediática de los televidentes (Escudero Chauvel, 1997: 77).

Algunas reflexiones similares, que proclaman a la telenovela como género de comunicación fuerte dentro del marco televisivo, vienen por parte de Pumarejo:

Hablamos del género dominante dentro del medio de comunicación más abarcador que jamás ha existido: la televisión. Al considerar el discurso televisual como ente transnacional y constante, no hay lugar a dudas de que la

telenovela constituye al menos una tercera parte del mismo. [...] Hablamos del género más proliferante de la televisión y el que más ha contribuido a la monolitización del discurso televisual a través del planeta (López-Pumarejo, 1987: 69-70).

En la estructura narrativa del género rosa, Mazziotti identifica los elementos constituyentes de un *melting-pot*. A partir de esta identificación, la telenovela se define como género intertextual: “la causalidad y la trama intrincada que toma del melodrama, la fragmentación generadora de suspenso que toma del folletín, el estilo naturalista de la novela realista y la influencia del radioteatro [...] en la circulación de libretos, autores y actores” (Mazziotti y Borda, 1997: 75).

La telenovela se encuentra dentro de la definición del melodrama también desde la expresión popular como opuesta a la cultura de las élites, según señala Jesús Martín-Barbero:

El melodrama [...] ha sido para el cine más que un género, un horizonte estético y político. De ahí su éxito popular así como el desprecio de las élites, consagrando precisamente a propósito del cine, el peyorativo y vergonzoso sentido de la palabra melodrama, y más aun de adjetivo "melodramático", para decir todo lo que para la cultura "cultura" caracteriza la vulgaridad de la estética popular (1992: 59).

La telenovela se presenta entonces como imbricación entre los rasgos de un género fácilmente reconocible a partir de características que la inscriben en un campo discursivo que le precede y que le continúa y su estructura de “matriz”, de formato televisivo seriado. Su vinculación con el radioteatro y el melodrama de tradición europea ha sido estudiada ampliamente, así como se han estudiado aspectos relacionados con su estructura narrativa de carácter intertextual, como la definía Mazziotti (1996: 13).

2.2.2 La telenovela como género-producto de la industria cultural

La lógica de producción de la ficción televisiva, dictada por los esquemas económicos imbricados con las leyes del consumo⁴⁸, hacen que la telenovela se convierta en un género de la industria cultural, que obedece unas reglas de realización que generan modelo de producción, destinado a ser reproducido. Aparentemente la idea generada es la de repetitividad, aunque la originalidad es la que hace la diferencia entre los productos amoldados según los criterios de gusto de las audiencias y con la finalidad de fidelizar al público:

Cada programa debe tener inevitablemente una cuota de originalidad desde el momento que no es concebible una programación televisiva constituida por la repetición de programas idénticos. [...] El telespectador necesita encontrar repetidos en los programas aquellos componentes que dan sensación de continuidad, de hábito, pero también necesita creer que cada vez asiste a algo nuevo. Para mantener encendido el interés del espectador es preciso, por tanto, enlazar la novedad con la repetición (Richieri, 1994: 77).

Nora Mazziotti describe la telenovela desde la perspectiva del proceso de su producción: “La telenovela es un género de la industria cultural. Como todo género, está cruzado y tramado por tres instancias: su producción industrial, su textualidad y las expectativas de las audiencias” (1996: 13). En este sentido, el concepto de género es esencial para determinar la manera de producción y los contenidos narrativos. En cuanto al texto, éste presenta características genéricas y limitaciones asentadas en el melodrama. Las audiencias identifican el género por el título y saben a qué esperarse de acuerdo al texto propuesto y determinar si corresponde a sus expectativas.

Las mismas tres “etapas” de creación de productos a través de las industrias culturales: producción industrial y distribución, la semiótica del texto y la recepción por parte de las audiencias son identificados también por Gledhill (1977: 353).

⁴⁸ La configuración de la programación televisiva está orientada hacia el consumo, tal como lo afirma Richieri: “La función en torno a la cual se organiza la actividad televisiva es ahora la del consumo: la formación, el comportamiento y la consistencia de la audiencia están ahora en el centro de la atención, los índices de audiencia se convierten en la medida del éxito desde el momento en que en un entorno competitivo el público que mira un programa ya no es un dato secundario, sino el resultado a conquistar y comparar” (1994: 51).

La importancia de esta clasificación de la telenovela como género consiste en la atribución de funciones precisas a las tres instancias enumeradas: al hablar de la industria, el concepto de género es necesario para determinar la manera de realizar el producto; desde el punto de vista textual, existen convenciones genéricas, límites y formalizaciones; en cuanto a las audiencias, ellas tienen expectativas de identificar rápidamente el género, según sus características, en las condiciones en las que la repetitividad de las convenciones del género y la estandarización se ven como rasgos típicos de la producción masiva de ficción televisiva. Sin embargo, cabe mencionar también la diferenciación que se produce dentro de esta estandarización, que consiste en la variación de los detalles –imprescindible para que un género sea llamativo e interesante para el público seguidor a través de la novedad, pero que ofrezca, al mismo tiempo, el placer del reconocimiento en su esencia (Gledhill, 1977: 353). Siguiendo esta lógica, el público puede imaginarse el desenlace de la historia, pero lo que le queda descifrar es la manera de llegar a ello. De esta forma, los telespectadores pasan de ser consumidores pasivos de un producto cultural seriado a ser lectores expertos de los giros y de las innovaciones propuestas por los creadores de las telenovelas, dentro de lo familiar, que supone el género.

Profundizando en el aspecto relacionado con la estandarización, observamos un rasgo práctico dentro del proceso de producción de las telenovelas. A medida que van produciendo telenovelas, las compañías productoras llegan a especializarse, contando, al mismo tiempo, con posibilidades materiales para poder reproducir el mismo patrón, una y otra vez – aunque con variaciones de detalles que las diferencien de las anteriores y que llamen la atención al público. Así, como destaca Gledhill refiriéndose al género del *soap opera* (1977: 354), los decorados y los diseños se pueden volver a utilizar también en el caso de la telenovela, con un mínimo de modificaciones, lo que lleva a una estratégica optimización de recursos en términos económicos y de tiempo. Asimismo, los guionistas, los directores de producción, los actores y todo el equipo implicado en el rodaje de una telenovela se especializan a medida que realizan los productos parecidos de forma reiterada. La idea conforme a la que “*genre becomes a means of standardizing production*” (Gledhill, 1977: 254) nos ayudará a comprender, en el caso de la producción de telenovelas en Rumania, cómo la adaptación de los modelos latinoamericanos de telenovela dan lugar, con el pase del tiempo y con la experiencia adquirida, a unos productos cada vez más personalizados, más locales y menos similares a los modelos internacionales.

Es interesante destacar otro rasgo del género, aplicable a la telenovela, que se suma a la estandarización de la producción, que es la fidelización de la audiencia (“brand loyalty”), creando con ésta un vínculo, a través de la promesa de vivir un cierto tipo de experiencia predecible, que atañe al entretenimiento: “By offering familiar tried and tested worlds with familiar appeals and pleasures, genres serve not only to standardize production but to predict markets and stabilize audiences” (Gledhill, 1977: 354).

Por otro lado, tanto la telenovela, como el *soap opera*, son productos de la cultura de masas. Una de las características de este tipo de productos es la serialidad. La serialidad de la telenovela en el sentido de “producción en serie” es la que justifica su carácter de producto, pero que al mismo tiempo le quita el valor artístico. La telenovela se convierte entonces en una “estructura iterativa en la comunicación de masas” (Eco, 1985: 129), en su dialéctica entre la “repetición” como símbolo de reconocimiento y la “innovación”, como estrategia de presentación de un producto aparentemente renovado, pero siempre casi igual al anterior.

Teniendo como base la reflexión de Umberto Eco sobre la serialidad, se puede afirmar que la telenovela es un producto de la cultura de masas, un producto destinado al campo mediático. Resulta legítimo, entonces, hacer referencia a los mecanismos de producción en términos de concepción como narrativa y como industria, por un lado, y a los efectos que produce en la recepción, en la audiencia, por otro lado, en cuanto a su éxito como género-producto.

Al ser un producto destinado al consumo, el género establece una interrelación estrecha con sus consumidores, que se traduce como efecto de las diferentes estrategias de construcción de los objetos mediáticos. Se trata, de hecho, de la construcción de un “contrato mediático” (Escudero Chauvel, 1997: 76) concebido por el medio, para que sus consumidores reaccionen de acuerdo con su inteligibilidad cognitiva, aceptando o rechazando el material propuesto. En cuanto a la recepción, los géneros ficcionales tienden a tener como efecto la fidelidad del receptor al producto, basado en su serialidad que conferirá un carácter estable al contrato mediático. La continuidad y la constante recapitulación de los eventos sucedidos en los capítulos anteriores tiene como objetivo combatir la visualización fragmentada y los capítulos que no se vieron (Gledhill, 1977: 372). A través de la regularidad conferida por un horario de seguimiento cotidiano o semanal –a menudo compaginado con otras tareas domésticas, el público mayoritariamente femenino consigue la comprensión de la intriga, basada en la rutina

de comunidades que se enfrentan con problemas, situaciones de crisis y dilemas de la vida cotidiana, a través de los que el público se siente identificado y cuyo evolución sigue de un capítulo a otro, lo que genera dicho “contrato mediático”. “En la actualidad la telenovela es un arte de entretenimiento que trasciende la clase y el género y cuenta con una gran fidelidad del público” (Trinta, 1997: 108). Vista desde una perspectiva económicamente estratégica, la serialidad está descrita por Gledhill como “a habit, often termed by hostile critics as an ‘addiction which is considered to work in the interests of advertisers, shareholders and dominant ideology” (1977: 371).

La serialidad, traducida al hábito de seguir una serie, está estrechamente relacionada con un aspecto fundamental en función de sus audiencias, que son los horarios de transmisión de las series televisivas. Según lógicas de programación de los productores, los capítulos breves de los *soap operas*, con una duración aproximativa de 30 minutos y concebidas para su consumo a nivel nacional, fueron pensados para emitirse diariamente, en horarios diurnos, cuando la audiencia mayoritariamente femenina a la que iba dirigida la publicidad que intentaba vender productos de limpieza, siendo las mismas empresas las patrocinadoras y productoras de *soap operas* (Muriel, Pingree, 1983: 28; López, 1995: 258). En cambio, las telenovelas, que no se rigen según las mismas reglas, suelen ocupar la franja horaria de por la tarde-noche, por lo general durante cinco días a la semana, de lunes a viernes, a partir de las 18:00 horas, cuando se apunta a un público meta más heterogéneo. Teniendo una duración por capítulo más amplia, de alrededor de 45 minutos y siendo pensadas para su exportación, son financiadas directamente por canales de televisión o por productoras independientes, que ulteriormente venden espacio publicitario dentro de la telenovela (López, 1995: 258).

La lógica de hablar de telenovela como género responde a la necesidad de encuadrarla dentro de un mecanismo de producción cuyo resultado es, ligándola en el interior del sistema televisivo, con el fin de estudiar su capacidad de generar modelos que se puedan adaptar en otros países. Este género televisivo es el resultado de una evolución marcada por los momentos sociales y culturales en los que hizo su aparición.

A partir de estas reflexiones, se puede concluir que la telenovela pertenece a la categoría de géneros-producto, lo que permite un abordaje desde la perspectiva del funcionamiento discursivo: “la telenovela es una ficción televisiva pero a su vez, y en cuanto producto inserto en la lógica de producción del medio, constituye un particular tipo de contrato mediático con el espectador” (Escudero Chauvel, 1997: 76).

Dentro del género melodramático se inscriben tanto la telenovela latinoamericana como el *soap opera* norteamericano, como sub-géneros, cada uno con sus características definitorias, que se detallarán a continuación. Es interesante observar sus estructuras constitutivas a partir de cuales se generan modelos de producción que las industrias culturales nacionales saben valorizar para realizar nuevos productos que cumplan con el “contrato mediático”, a través de la “ley” de la proximidad cultural, que se contemplará más adelante.

2.2.3 Telenovela y *soap opera* – diferencias y similitudes

Insistiendo sobre la especificidad de la telenovela para Latinoamérica, Cabrujas justifica su afirmación aportando argumentos con respecto a al *soap opera* norteamericano, que tiene “aparente similitud” con la telenovela, pero también aspectos discordantes, que son visibles (2002: 137). Es interesante observar que Ana M. López realiza una comparación directa de la telenovela con el *soap opera*, dejando claro que, desde el principio, las telenovelas fueron imaginadas de forma distinta en comparación con los *soap operas*. Justifica su elección a través de la “historia compartida” de las dos formas de melodrama televisivo, que son expresión del mismo género, pero que se caracterizan cada una por múltiples rasgos que las diferencian. Por ejemplo, los horarios de transmisión distintos, el peso del *star system* en las telenovelas frente al *soap operas* donde es casi inexistente y la finalidad de la telenovela versus la continuidad del *soap*, que parece una historia sin fin (1995: 258) son aspectos sobre los que volveremos de forma más detallada más adelante.

La especificidad del género de la telenovela es reconocido también en el semanal de la industria hollywoodense *Variety*: “The telenovela is a Latin American popular art form as distinctive and as filled with conventions as the norteamericanos’ Western... The telenovela is not a soap opera, although clearly the genres are close blood related” (“Telenovela is Something Else”, 1986: 142).

Hay teorías, como la de, Bielby y Harrington (2010), que sostienen que la telenovela latinoamericana descende de la “telenovela-ization” de los *soap operas*. También Straubhaar apoya esta teoría, justificándola a través de la presencia de compañías norteamericanas en América Latina, como por ejemplo *Colgate-Palmolive*, que introdujeron el género del *soap* en la radio y la televisión, para vender sus

productos. Según el investigador norteamericano, los agentes locales retomaron el género y lo cambiaron de acuerdo con sus realidades. La clave de la transformación de la serie norteamericana en telenovela consistiría, en base a esta teoría, en su adaptación, con el tiempo, a las realidades comerciales de América Latina. De este modo, el género se adaptaría, a partir de la década de los años 40, mezclando los patrones que definen el modelo de origen, el del *soap opera*, con las tradiciones melodramáticas locales, teniendo como resultado la telenovela. Particularmente a finales de los años 60 y principios de los 70, se percibe una “brasilianización” del género de la telenovela, que consiste en un aumento de las producciones nacionales, inspiradas de la realidad acional (Straubhaar, 2007: 153).

Aunque la teoría de la descendencia de la telenovela a partir del *soap opera* esté bien fundamentada, coincidimos con el profesor de comunicación danés Thomas Tufte quien considera, al igual que el dramaturgo venezolano José Ignacio Cabrujas (2002: 133), que la telenovela está profundamente arraigada en la historia de América Latina: “The telenovela genre has developed as a complex cultural product with generic, social and cultural roots far back in Latin American history” (Tufte, 2000: 2).

La buena recepción de la telenovela por las audiencias locales, en gran parte debida a la proximidad cultural-lingüística (Straubhaar 2007: 196) favorece el desarrollo de industrias nacionales de la telenovela, lo que determina a los países latinoamericanos a dejar de importar la misma cantidad de *soap operas* de Estados Unidos. Así, a partir de los años 70, se pasa a producir telenovelas para ser emitidas en horario estelar:

At least since 1970s, the telenovela ceased to be cheaply-produced filler material for daytime programming with content directly determined by advertisers and sponsors and began to successfully compete against the great US serials (like *Dallas*) for prime-time audiences. The telenovela [...] proved that national productions were attractive to audiences and could replace prime-time canned US programs (López, 1995: 259).

Resulta entonces que las distinciones entre estos dos sub-géneros se han ido acentuando con el paso del tiempo a través de particularidades temáticas, de estilo narrativo y de escala de valores, a la hora de producirlos.

En cuando a la aparición, los orígenes de la telenovela son paralelos a los del *soap opera*, los dos sub-géneros surgiendo simultáneamente. En los años 50, las compañías productoras de jabón, tales como *Colgate* y *Lever Brothers*, que habían inicialmente patrocinado radionovelas, pasaron a financiar producciones para el nuevo medio emergente –la televisión– en países latinoamericanos, como Cuba, Venezuela, México o Brasil (López, 1995: 258). Sin embargo e independientemente de estos datos relativos a la financiación que ofrece López, el término de *telenovela* está acunado en América Latina y define la adaptación de la radionovela a la televisión.

Hay varios elementos que demuestran las diferencias entre telenovelas y *soap operas*. Conviene mencionar, antes que los aspectos cualitativos de diferenciación, algunos aspectos cuantitativos, empezando por las diferencias en términos producción, que son bastante notables. Las series latinoamericanas tienen un número cerrado de capítulos que puede variar entre 60 y 250, mientras que las series norteamericanas pueden llegar a tener hasta 6000 capítulos y más. Desde el punto de vista de la programación, los *soap operas* son generalmente producidas para ser emitidas de día, mientras que las telenovelas son concebidas en su mayoría para ser visionadas por la tarde-noche, en horario de máxima audiencia (Vilches, 1997: 51). Ana M. López comenta sobre el aspecto de la financiación y del público al que van dirigidos los dos tipos de series televisivas, añadiendo más elementos que los diferencian:

Many US soaps continue to be sponsored by soap companies, are generally produced as daytime entertainment aimed at a female audience, are primarily destined for the national market, [...]. On the other hand, telenovelas are prime-time entertainment for all audiences, financed directly by TV networks (or, most recently, by independent producers who subsequently sell advertising slots), widely exported, and definitive of the Latin American star system (1995: 258).

El *star system* es otro punto de discrepancia entre los dos sub-géneros del melodrama televisivo. En el caso del *soap opera* este aspecto es menos visible. López relaciona la particularidad del *star system* al final de la serie –cerrado en el caso de la telenovela y abierto en el del *soap opera*:

The star system reflects back upon the specificity of telenovela format itself: the need to establish closure often means that the community of the text is

narratively subordinate to a stellar couple with whom the audience is clearly meant to identify. Whereas the US soap's lack of closure implies a spectator that is knowledgeable of the history of the fictional community, the telenovela spectator recognizes actors and stars and awaits their appearance and fictional reincarnation in each new telenovela (1995: 258).

Diferencias las hay también desde el punto de vista del coste de la producción: una serie completa latinoamericana de 150 episodios puede costar el mismo precio que se paga en los Estados Unidos para un solo episodio de media hora de una *soap*: "As of 1997, the range of costs in Venezuela, for instance, varied between \$US 20,000 and \$US 135,000 per episode, while Globo's average was towards the top end of the scale, at around \$US 100,000. To take an albeit extreme point of comparison, around that time new episodes of series like *Seinfeld* were costing NBC \$US 5 million." (Sinclair, 1999:160) De hecho, la razón principal de la presencia de las telenovelas latinoamericanas en la programación de las televisiones de Europa del Este es el factor económico. El coste de las telenovelas es mucho más reducido que el de los *soap operas*, igual que su extensión, por lo tanto es considerado un producto más estratégico, que además consigue fidelizar fácilmente al público:

A typical telenovela is shown five or six days a week in prime time or day time, and has about 120 to 150 episodes over the course of 6 to 15 months. Unlike English language soap operas, which go on indefinitely, Telenovelas roll to definite climatic, nation-paralyzing endings. Telenovela are known for their ability to form strong emotional links with the viewers. The genre is even more advantageous, considering that Telenovela are the cheapest and most economically efficient dramas to produce ("Dori Media", s.f.).

En cuanto a la extensión, las telenovelas tienen una duración temporal determinada, de aproximadamente ocho meses, pudiendo constituir un prólogo de un *soap*. Son más orientadas hacia el sentimiento, con una temática relativa al cuento que enfrenta los polos opuestos del Bien y el Mal, entrelazándolos al inicio y durante el devenir de una pareja. En cambio, los *soap operas* cuentan historias que parecen interminables. Pueden alcanzar miles de capítulos durante años enteros de difusión. Están relacionadas a la configuración de lazos de familia en torno a enredos

sentimentales muy complicados entre personajes pertenecientes a un clan que cuenta con un gran poder adquisitivo. En la mayoría de los casos, la presencia del poder del capitalismo frente al manejo de empresas familiares irrumpe en la armonía de las familias y de sus relaciones.

Pero la gran diferencia entre *soap opera* y telenovela se manifiesta sobre todo del punto de vista cualitativo, con respecto a los contenidos y la significación social que le atribuye su audiencia. Según Cabrujas, una similitud visible entre los dos tipos de series televisivas –norteamericano y latinoamericano– es que en ambos casos se trata de una historia contada a través de muchos capítulos y transmisiones. Por otro lado, a diferencia de las telenovelas, los *soap operas* –“óperas de jabón” en traducción literal– puede llegar a durar muchos años. Cabrujas (2002) argumenta que la principal razón por la que los *soap operas* pueden durar tanto tiempo es la creación de una historia a partir de otra, o la renovación de historias y el cambio de personajes protagonistas de estas historias cada dos o tres meses.

A diferencia de los melodramas televisivos norteamericanos, la telenovela sigue una sola historia, desde el principio hasta el fin, concentrada en una pareja, lo que constituye el tema de la telenovela. Este aspecto hace que la telenovela sea concebida de una manera más tradicionalista, si pensamos en la manera de contar lineal. El *soap* es una saga: trata sobre una familia y presenta el destino de los diferentes miembros de la familia, uno después de otro, de donde resulta la multitud de historias que hacen que la *soap* dure mucho tiempo. Según Cabrujas, en el mundo intelectual de hoy son preferidas las historias paralelas presentes en un mismo capítulo, que son como una cadena de relatos. El relato se construye tanto de forma lineal, como en círculo; tanto en la exterioridad, como en la interioridad de la historia, que resulta ser la más usual y normal de las maneras de relatar de los escritores de hoy en día (2002: 205). Así, el argumento del *soap* no es definido, como lo es en el caso de la telenovela.

La conformación de las series norteamericanas en “microrelatos” aparece mencionada también por Oscar Steinberg, quien señala una relación de agregación de varias historias que conforman la trama del *soap*. La construcción de un episodio es circular: parte de una situación inicial, para llegar a una situación final, idéntica con la inicial, el conjunto pudiéndose organizar en “no importa qué orden”. El mecanismo circular de contar hace que la historia avance dentro de ella misma, como en círculos concéntricos, lo que le hace no avanzar hacia un final. Los episodios son, entonces, estructuralmente similares, a diferencia de la telenovela, donde cada episodio constituye

un avance hacía el final. El carácter de tiempo circular en la construcción de los episodios de la serie norteamericana llega a hacer de ésta “un lenguaje y no un texto” (1997: 23).

Por lo tanto, el *soap opera* se aleja, por su estructura narrativa, no solamente de la novela-libro, sino también del folletín –que es el predecesor de la telenovela, pudiéndose afirmar que la fracción de orden narrativo en una telenovela es más profunda:

Los relatos paralelos, de ambigua articulación, establecen distanciamientos con respecto a la previsibilidad narrativa mucho más acusados que los de las características series norteamericanas, entre otros factores por el carácter menos nítido de la partición en episodios: no se llega en ellos “de una situación inicial a una situación final idéntica” (Steinberg, 1997: 24).

Otra diferencia entre *soap* y telenovela, identificada por Steinberg (1997: 22), tiene que ver con la psicología de los personajes, más compleja en *soap operas* que en telenovelas. Con respecto a la definición de los personajes característicos del género, según Steinberg, las mujeres se encuentran en las telenovelas en las mismas posiciones subalternas, preocupadas para robarse los novios, sin inquietud especial para la carrera o el avance profesional⁴⁹. Mientras tanto, en los *soap* norteamericanos, los personajes femeninos aparecen en posiciones clave en el seno de la familia, con el importante papel de mantener su unidad y están preocupadas por su posición profesional, en la sociedad.

Robert C. Allen (1995) señala la ausencia de cierre de los relatos de las series, lo que demuestra la ruptura con el orden dramático clásico: comienzo, desarrollo y final. Aunque no se sepa cuál sería el final de una telenovela, se sabe que en algún momento

⁴⁹ Contrario a la idea de Steinberg, Quiroz y Márquez observan, a través de la percepción de seguidoras entrevistadas para su estudio que a mediados de la década de los 90 el papel de la mujer en la familia y, consecuentemente, su representación en la telenovela, ha evolucionado de tal forma que ella es “independiente, gracias a su trabajo, resolución y esfuerzo propio”. En este sentido, una de las personas entrevistadas, Nancy afirma: “Las mujeres son independientes, tienen su trabajo, son iguales a los hombres”. Otra entrevistada, Judith, afirma: “si la mujer gana dinero, ya no tiene que ser sumisa”. A raíz de estas afirmaciones, Quiroz y Márquez concluyen que “La mujer ha perdido esa imagen de dependiente, avasallada, sale adelante por su capacidad de luchar y lograr lo que se propone” (1997: 218).

terminará, de alguna forma. El *soap opera*, en cambio, carece de una organización retrospectiva, por la multitud de historias que presenta.

La existencia de estas similitudes y diferencias entre las telenovelas y los *soap operas* no hace otra cosa que reafirmar la complejidad de las características de dos sub-géneros que se encuentran en continua evolución, que tienen rasgos comunes, pero que presentan también múltiples elementos que les diferencian. Respecto de la evolución comparativa entre *soap operas* y telenovelas a lo largo de las décadas, se percibe cierta estabilidad dentro del sub-género del *soap*, que presenta pocas alteraciones en términos de estructura y de contenidos frente al sub-género de la telenovela, dentro de cuyas especificidades encontramos un amplio abanico de fluctuaciones, tanto dentro de América Latina, como en los países que adaptan su modelo. Es relevante, a este punto, mencionar el hecho de que el *soap* se queda, en términos de producción, anclado en el territorio nacional estadounidense, aunque haya series que sigan su modelo en otros países europeos, como es el caso del Reino Unido con la longeva *Coronation Street* (1960 – presente) o Alemania, que sigue *LindenStrasse* desde 1985 hasta hoy en día. En cambio, el modelo de la telenovela fue adaptado internacionalmente a una escala más amplia –que es lo que vamos a examinar en la región de Europa Central y del Este y, en un país en concreto, que es Rumania.

2.3 Orígenes y evolución de la telenovela en América Latina y Rumania

Se considera necesario rastrear los orígenes de la telenovela, tanto en América Latina como en Rumania, para observar los antecedentes de la producción de telenovelas en dos continentes lejanos y la evolución del género melodramático que despliega las ramas de su árbol genealógico empezando por el folletín, que se adapta con el tiempo a los soportes de difusión –primero la radio y después de la televisión.

La televisión llega a ocupar cada vez más espacio en la vida de las personas y la radionovela se adapta a la imagen. La relación entre Rumania y América Latina se establece a partir de los años 90, cuando los canales privados empiezan a albergar telenovelas latinoamericanas que muestran su éxito a través de las altas audiencias.

2.3.1 Del folletín a la radionovela y telenovela en América Latina

La incorporación de las clases populares a la cultura hegemónica tiene una larga historia en la que la industria de los relatos ocupa un lugar importante. Es durante la segunda mitad del siglo XIX cuando los relatos son objeto de la demanda popular, gracias al desarrollo de las tecnologías de impresión, que marcan el despegue de la producción masiva, que remite no sólo a unos formatos industriales y a unas estrategias comerciales, sino que también a un modo de narrar. El folletín nace como primer tipo de texto escrito en el formato popular de masa, más como fenómeno cultural e industrial que literario. La identificación del folletín como hecho cultural y no meramente literario determina la apertura a la pluralidad y heterogeneidad literaria (Martín-Barbero, 1995a: 32).

Como narración destinada a un consumo masivo, el folletín representa una experiencia literaria accesible al público, con quién establece un vínculo cultural basado en la “memoria narrativa y gestual populares”, tal y como lo sugiere Martín-Barbero:

La complicidad con el nuevo público popular y el tipo de demarcación cultural que ella traza son las claves que nos permiten situar el melodrama en el vértice mismo del proceso que lleva de lo popular a lo masivo: lugar de llegada de una memoria narrativa y gestual populares y lugar de emergencia de una escena de masas, esto es donde lo popular comienza a ser objeto de una operación de borradura de las fronteras que arranca con la constitución de un discurso homogéneo y una imagen unificada de lo popular, primera figura de la masa (Martín-Barbero, 1995a: 25).

A pesar de su popularidad, el folletín encuentra una reacción adversa por parte de las élites intelectuales, que generalmente identifican lo bueno con lo serio y lo literalmente valioso con lo emocionalmente frío (Allen, 1995: 3-4). Las exigencias de la alta sociedad frente a la literatura de masas se manifiestan entonces a través de la tendencia de identificar a lo que le gusta a la gente común como entretenimiento, pero no literatura.

Ignorado casi por completo en el momento de su aparición, el folletín se empieza a estudiar a partir de la década de los sesenta, como nuevo modo de comunicación entre las clases, además de medio de comunicación dirigido a masas. El

folletín incorpora elementos de la memoria narrativa popular al imaginario urbano masivo lo que nos hace afirmar que estamos frente a un nuevo modo de comunicación, que es el relato popular.

Desde el punto de vista de la producción y el consumo, cabe destacar que el sentido del relato popular se construye desde una perspectiva vertical, que separa lógicamente a los héroes de los villanos, exigiendo al lector tomar partido. El mundo presentado se divide en dos submundos: el que va más allá de la experiencia cotidiana de la vida, dominado por claridad, luz, seguridad y paz y el mundo que se funde en la oscuridad y terror, dominado por las fuerzas del mal. Se produce así una “ritualización” de la acción, que remite a la suma de nuestras experiencias cotidianas, que nacen a partir de sufrimientos y alegrías cotidianas. La “ritualización” de la acción señala la pertenencia de la narración popular a una serie de historias que la sitúan dentro de una lógica característica a la originalidad del género (Martín-Barbero, 1995a: 29).

R. Barthes asocia el momento del surgimiento del folletín a tres grandes momentos históricos: la reversión demográfica europea, el nacimiento del capitalismo moderno y la escisión de la sociedad en clases arruinando las ilusiones liberales⁵⁰. El acceso de las clases populares a la literatura se hace mediante una operación comercial, que desplaza la figura del escritor hacia el periodista. Inicialmente, el folletín aparecía en el “sótano” de la primera página, dedicado a las variedades, críticas literarias, recetas culinarias, anuncios y noticias. Después, su significado pasa a ser novela popular publicada por episodios en un periódico (Martín-Barbero, 1995a: 33).

La definición del folletín, el antecesor de la telenovela, permite la comparación entre dos productos destinados al consumo de masas, cada uno correspondiente a diferentes épocas: “el folletín es una novela que se reparte por entregas semanales, quincenales o mensuales” (Cabrujas, 2002: 141). La frecuencia de publicación de los capítulos depende del éxito del autor. Los capítulos se vendían en kioscos, librerías y hasta en sitios no específicamente literarios, como panaderías. Como la calidad de producto era dada por su nombre, los lectores compraban los capítulos y los leían.

⁵⁰ [...] “les années situées alentour 1850 amènent la conjonction de trois grands faits historiques nouveaux : le renversement de la démographie européenne; la substitution de l'industrie métallurgique à l'industrie textile, c'est-à-dire la naissance du capitalisme moderne; la sécession (consommée par les journées de juin 48) de la société française en trois classes ennemies, c'est-à-dire la ruine définitive des illusions du libéralisme” (Barthes, 1972: 53).

La técnica del folletín, surgida como un relato destinado a las masas, que no concedía mayor importancia al autor, llegó a ser empleada por autores como Dumas para su novela *Las Dos Dianas*⁵¹ (1846) y por otros grandes escritores como Balzac o Dostoievski. La idea de atraer al lector era sencilla: la historia contada se interrumpía en un punto culminante de gran interés, generando el suspenso (Cabrujas, 2002: 141).

La telenovela, escrita y programada para un medio audiovisual, remonta sus orígenes a la historia del folletín, tal y como afirman Mattelart y Mattelart, dado consiste en la comunicación de una historia melodramática hacia un vasto sector de la población: “Las industrias televisivas latinoamericanas, en su empeño por hacer historia de su telenovela, acaban remontándose siempre al folletín cuya invención se atribuye a Emile de Girardin y cuyas primeras plumas se llamaron Eugène Sue, Honoré de Balzac, Alexandre Dumas y Victor Hugo” (1988: 95).

El otro antepasado de la telenovela es la radio. Inicialmente, la radio fue un medio básicamente informativo, transmisor de recomendaciones e información. Después, su capacidad técnica incrementó, dejando lugar a otro tipo de emisiones, como las de entretenimiento. Desde el análisis de la telenovela, es importante mencionar que la primera y más estrecha relación del público con el melodrama, después de la lectura del folletín, se hizo a través de la radio, mientras escuchaba radionovelas (Brown, 1997: 223). La radionovela empezó en los Estados Unidos y llegó en poco tiempo a reunir a la familia para escuchar las aventuras presentadas. Los seguidores estaban encantados y se imaginaban que los hechos ocurrían frente a sus ojos, gracias a los sonidos, diálogos, efectos y música.

En los años 40, la radionovela era considerada la manera más adecuada y moderna en la industria radiofónica en los Estados Unidos y posteriormente de Latinoamérica, de transmitir el folletín. Cabrujas define Latinoamérica como “singularmente radiofónico con un pasado radiofónico como no lo tiene nadie en el mundo. [...] Y esa radio nos iba a contar, lógicamente, la historia folletinesca” (Cabrujas, 2002: 169). La radionovela nació entonces a partir de adaptaciones de novelas famosas, presentadas por capítulos. La innovación era que la novela se podía escuchar a la radio en vez de leerla, acompañada por música sugestiva e interpretada por actores que tenían cada uno su papel.

⁵¹ En el año 1992 en Venezuela, este folletín de Dumas se vuelve fuente de inspiración para una telenovela que preserva el mismo título y cuyo guión fue escrito por el dramaturgo José Ignacio Cabrujas.

En Latinoamérica, la radio en la década de los 40 empezó a generar sus propios escritores. La pionera del género de la radionovela y de folletín, a escribir los primeros folletos fue Caridad Bravo Adams, con una radionovela que se llama *La Mentira*. La radionovela cubana se destaca por su gran creador Don Félix B. Caignet, con *El Derecho de Nacer*⁵² – gran radionovela cubana que rompió los récords de audiencia, dejando desiertas las calles de La Habana en el momento de su transmisión. *El Derecho de Nacer* cubano (1948) vio nacer su versión venezolana de radionovela, entre los años 1949-1950 (Cabrujas, 2002: 171), lo que puede explicar la posterior inspiración de las telenovelas venezolanas en la tradición telenovelística cubana.

Con el comienzo de la televisión, las primeras telenovelas tuvieron su punto de partida en las radionovelas, cuyos libretos fueron traducidos al medio televisivo. Así, *El Derecho de Nacer* (1948), del cubano Félix B. Caignet fue la primera telenovela transpuesta en la pequeña pantalla, cuatro años después, en 1952, en Cuba, a partir de la radionovela con el mismo nombre.

Conviene rastrear los orígenes del melodrama en Rumania, para poder identificar después la evolución de la tradición folletinesca nacional hacia la radionovela y la telenovela, de acuerdo con los avances tecnológicos que determinan los cambios de soporte de distribución de estos productos.

2.3.2 Antecedentes del melodrama en Rumania: del folletín a la telenovela

El folletín encuentra su época de auge en Rumania a mitad del siglo XIX. Se llega a una estabilización del género después de 1870, cuando el desarrollo industrial permite que el papel de la prensa y de los editoriales le aseguren un modelo de difusión seguido y constante. Se consigue una adaptación del modelo de folletín importado de Francia mediante un cambio de contenidos, que se vuelven más locales para atraer a los lectores rumanos y que mantienen el suspense de un fascículo a otro. Se puede afirmar que el

⁵² *El Derecho de Nacer* se transmitía a las cuatro de la tarde y generó tanto apego en toda la población del país, que durante su horario de emisión, hasta las reuniones del Congreso de Cuba en Habana eran interrumpidas o canceladas. Existen actas del Congreso cubano que testifican el hecho de que “un diputado pidió permiso a la presidencia para retirarse porque iba a comenzar el capítulo de la radionovela (Cabrujas, 2002: 172).

periodo que sigue los años 1880⁵³ es considerado la época de gloria de la novela popular folletinesca rumana, sabiendo que en Francia el género había pedido terreno debido a la no especialización de los contenidos a los distintos tipos de públicos a los que iban dirigidos. La circulación del folletín se intensificó después de los años 1890, cuando el balance entre demanda y oferta alcanza un cierto equilibrio, lo que coincide con el momento en el que se empiezan a pagar los derechos de autor en base de un contrato entre editor y escritor (Drăgan, 2001).

La cultura de las publicaciones seriadas se ve representada en la Rumania de principios del siglo XX entre las hojas de los periódicos *Dimineața / La Madrugada* bajo el nombre de *Foita Dimineții / La Hojita de la Madrugada* y *Adevărul / La Verdad*⁵⁴. Los folletines se publicaban en la segunda hoja de cada edición y tenían un precio módico, o eran gratuitos. Es interesante mencionar que la forma de publicación de las historias era de ocho hojas en una página grande de periódico, que luego se podía doblar y juntar luego en un volumen de pequeñas dimensiones (Petcu, 2006). La invitación indirecta dirigida a los lectores de juntar las hojas en un libro era parte de las estrategias de los editores de vender su periódico y, al mismo tiempo, de ofrecerles algo que fuera de su agrado.

La competencia entre varios periódicos se manifestaba en aquel entonces de forma muy similar a la de hoy en día en el caso de los canales de televisión que compiten para ganar audiencias. Se buscaba lo sensacional, que fidelizara al lector a un folletín e, implícitamente, a un periódico. El toque localista que representa el valor nacional añadido al modelo francés y europeo de folletín es la inspiración de la temática de la realidad nacional. *Memoriile lui Puiu Alexandrescu / Las memorias de Puiu Alexandrescu*, antiguo jefe de la seguridad pública en Bucarest se publicaron por *La*

⁵³ Un factor notable que ha contribuido en la importación del modelo de la novela folletinesca en Rumania ha sido la oficialización de las relaciones bilaterales entre Francia y Rumania con la creación de la embajada de Francia en Bucarest en febrero de 1880. Según los dichos de Marian Petcu (M. Petcu, conversación telefónica, Julio 10, 2011), novelistas y periodistas franceses del tiempo viajaron a Rumania donde formaron familias mixtas y empezaron a trabajar en Bucarest donde implantaron estos modelos de la novela por entregas. Así, el folletín en Rumania es consecutivo al folletín francés, pero bastante próximos en el tiempo también debido a estas razones políticas de acercamiento entre los dos países.

⁵⁴ Tanto el periódico matinal *Foita Dimineții / La Hojita de la Madrugada* como el de tarde *Adevărul / La Verdad* surgieron en el año 1904 como iniciativa de la sociedad rumana de prensa *Adevărul / La Verdad*, para hacer competencia al periódico *Universul / El Universo*.

Madrugada a partir el año 1906 y se publicitaron de la forma más incitante para los potenciales lectores:

Dimineata va începe în ziua de Duminica 12 Februarie publicarea memoriilor d-lui Puiu Alexandrescu. E prima încercare de acest gen în tara romîneasca si se explica nerabdarea cu care publicul cititor asteapta aceasta aparitiune care va face senzatiune. În adevăr, ce poate fi mai interesant decât culisele unei crime? Noi citim în ziare ori auzim la Curtea cu juri istoricul sec si banal al cutarei afaceri celebre. O parte însa ramîne în umbra: chipul viu prin care s'au descoperit criminalii, peripetiile acestei lupte între cel vinovat si acela care are îndatorirea de a descoperi crima si pe vinovat. Or, lupta aceasta dintre doi oameni, ambii înzestrati cu energie, este una din cele mai senzationale si mai interesante (...) O scriere originala, senzationala, captivanta si care va face epoca si în ziaristica romîna si chiar în literatura tarei⁵⁵ (*Adevărul / La Verdad*), 3 de febrero de 1906: 3, citado en Petcu, 2006).

Consecuentemente, la multitud de novelas publicadas en Rumania a finales de siglo XIX y principios de siglo XX, justifica hablar de una tipología de la novela popular y de una manera de difusión determinada por las tendencias de difusión de ese momento.

Una característica de primera importancia de la novela popular universal es que ésta proyecta en sus páginas, en primer plano, la imagen de un Héroe al que la sociedad parece rechazar en un principio, pero que luego vuelve a ganar su posición imponiéndose todavía más manifiestamente en el trama e, implícitamente, a los ojos del público. La existencia del Héroe es considerada como un condicionante de la vida

⁵⁵ “*La Madrugada* empezará el día del Domingo, 12 de Febrero con la publicación de las memorias de Don Puiu Alexandrescu. Es el primer intento de este tipo en el país rumano, por lo tanto es explicable la ansiedad con la que el público lector está esperando esta sensacional aparición. De hecho, qué puede ser más interesante que desvelar los secretos de un crimen? Nosotros leemos en los periódicos o escuchamos en los Juzgados el historial trivial de algún asunto celebre. Pero una parte se queda sin desvelar: la imagen viva cuando se descubrieron a los criminales, las peripecias de esta lucha entre el culpable y el que tiene que descubrir al autor del crimen. Es esta lucha entre dos personas, ambas dotadas con energía, una de las más sensacionales y de las más interesantes. [...] Una historia original, sensacional, cautivante y que dejará huella en el periodismo rumano, hasta en la literatura del país” (traducción de la autora).

rumana en sí y puede llegar a constituirse como un elemento de clasificación tipológica que se genera a partir de las acciones que éste desempeña en la novela popular. La trayectoria de estos personajes se caracteriza por la presencia de altibajos que determinan unos destinos considerados como excepcionales (Drăgan, 2001). A parte de la figura central del Héroe, el folletín se centra en presentar los destinos entrelazados de otros personajes mostrados como invencibles, modestos y atrevidos y puestos en situaciones extraordinarias. Las aventuras interminables determinadas por los constantes enredos, malentendidos, coqueteos y relaciones sentimentales entre los distintos actores incrementan el suspense y, consecuentemente, el interés del lector hasta esperar ansiosamente la aparición de un nuevo folleto de la historia en el siguiente periódico.

Los folletines llamaban la atención del público principalmente a través de su título, que incitaba desde el principio, desde el primer capítulo, cuando la narración empezaba a urdir enredos. Algunas muestras de adaptaciones de títulos internacionales serían: *Ucișorii de copii (relatări din Germania anului 1862) / Los matadores de niños (relatos de la Alemania del año 1862)*, *Contele de Monte Cristo / El conde de Monte Cristo*, *Otrăvitorii din Chicago / Los envenenadores de Chicago*, *Memoriile lui Don Juan / Las Memorias de Don Juan y Amoriile Regelui Belgie / Los Amores del Rey de Bélgica* (Petcu, 2006). Se puede observar que el folletín de aquella época en Rumania estaba más bien inclinado hacia la valorización del lado oscuro de los hechos históricos arraigados en la realidad que hacía la explotación directa de los sentimientos inherentes al ser humano como el amor o el odio.

Sin embargo, la configuración antitética repetitiva de los personajes contruidos a partir de la dicotomía de lo Bueno/Malo se mantiene y genera estereotipos que están al origen del éxito al público de la novela popular por entregas. El pueblo rumano, que cuenta con una larga y vasta tradición basada en los cuentos populares transmitidos a través de la oralidad y después por escrito pretende seguir también, más adelante, bajo la forma de novelas, teatro radiofónico y telenovelas la lucha inspirada en la realidad entre el Bien y el Mal: “El público, conquistado por la fórmula propuesta por el novelista popular y por las tipologías puestas en circulación, encuentra en esta obstinación anclada en lo Bueno/Malo la esencia del “opio rumano”⁵⁶ que tanto le hace

⁵⁶ El apelativo de “opio rumano” fue consagrado al folletín por R. M. Albères (1968), refiriéndose a aquel tipo de literatura libre para ofrecer a los lectores aquellas trivialidades que tanto gusta, sin importarle nada más. A pesar de las críticas duras al género, éste se vendía universalmente por saber ofrecer una dosis de

falta” (Drăgan, 2001) La presentación antitética del tipo blanco/negro que encarna los sentimientos humanos, creando estereotipos fácilmente reconocibles por los lectores, es expresión de las esperanzas, de la indignación, del amor y del odio de las masas populares, que no necesitan matización.

Los sentimientos universales que transmite el folletín en su estado más puro nacen de la realidad cotidiana. El toque de la ficción que viste la realidad de misterios cada vez más profundos es lo que lo transforma en un relato que se disfruta y que, al mismo tiempo, engancha.

Una vez con el desarrollo de la radio en Rumania en 1929, la “vida” del folletín de casi mitad de siglo dejó lugar al teatro radiofónico, para ocupar el tiempo y para ser tema de conversación entre amigos y conocidos. La aparición del teatro radiofónico en este país coincide casi con la inauguración del primer puesto público de radio, el 1 de noviembre de 1928. El 18 de febrero de 1929, la primera obra de teatro podía ser escuchada a nivel nacional (“Radio România, Teatrul Național Radiofonic”, s.f.). Se trata de emisiones únicas con una duración de dos horas aproximadamente, adaptadas a partir de obras de teatro escritas por autores rumanos. Esto hace que el teatro radiofónico rumano se aleje de los esquemas de lo que es la radionovela en América Latina, basada en la serialidad que caracteriza también la novela por entregas y que el salto se dé, ulteriormente, directamente desde el folletín a la telenovela.

Comparado con el resto de Europa, Rumanía no lleva retraso, coincidiendo periódicamente con Francia a nivel de difusión de teatro radiofónico. Y, como a cada época sus medios, hubo la necesidad de adaptar los contenidos de las obras escritas para la escena, que iban a ser interpretadas exclusivamente a través de la voz, sin ayuda de la actuación. Sin embargo, las obras de teatro se seguían transmitiendo en los escenarios de los grandes teatros de Rumania en paralelo con su transmisión radiofónica.

Los ajustes se hicieron a nivel de recursos humanos a través de la contratación de escritores y de guionistas especializados y de actores con voces expresivas. Hubo casos en los que los actores de teatro renunciaron a ser aclamados en la escena, para dedicarse a dar voz a una historia destinada a un público silencioso, con la oreja pegada a los aparatos de radio. A nivel tecnológico, se montaron estudios especiales y decoros sonoros especiales para este tipo de teatro. El periodo 1929-1948 constituye un periodo

imaginación arraigada en el pensamiento popular rumano, siguiendo las formas a las que el público se había acostumbrado.

de altibajos para el teatro radiofónico rumano, pero al mismo tiempo una larga historia que permite un enriquecimiento del repertorio y de la calidad radiofónica de la interpretación y del guión (“Radio România, Teatrul Național Radiofonic”, s.f.).

De la misma forma que el folletín y, dentro de las mismas orientaciones de la telenovela, el teatro radiofónico busca a alejar a los auditores de sus preocupaciones diarias para introducirlos en un mundo donde el sonido lo refleja todo. Según las palabras del actor Adrian Păduraru, “Teatrul în general și cel radiofonic în particular sunt niște medicamente în înveliș de bomboană, o formă de a mai îndulci existența extrem de amară, din perspectiva valorilor”⁵⁷ (Petrescu, 2008).

Aunque la radio haya constituido un instrumento de propaganda del régimen comunista al igual que la televisión, durante el comunismo se sigue emitiendo teatro radiofónico, a pesar de la censura del Partido. Sofia Sincan, realizadora de emisiones culturales para la radio nacional de Rumania durante 32 años, recuerda de aquellos tiempos:

[Radioul] A fost instrumentul principal de propaganda, împreună cu Televiziunea Română. [...] Dar noi reuseam să strecurăm lucrări importante. Profităm de avantajul undelor scurte și de ignoranța cenzorilor care credeau că, dacă o opera a apărut înainte de regimul comunist, nu poate reprezenta un pericol. Noi, cei care am avut șansa de a lucra aici, am fost atrași în primul rând de importanța culturală a acestei instituții. Așa am reușit să depășim restricțiile și lucrurile impuse, care oricum existau în toate structurile statului⁵⁸ (Șincan, citada en Scarlat, 2006).

⁵⁷ “El teatro en general y el radiofónico en particular son como una medicina envuelta en papel dorado de bombón, una forma de suavizar la existencia extremadamente amarga, desde la perspectiva de los valores” (traducción de la autora).

⁵⁸ “[La radio] Fue el instrumento principal de propaganda, junto con la Televisión Rumana. [...] Pero nosotros conseguíamos insertar obras importantes. Nos aprovechábamos de la ventaja de las ondas cortas y de la ignorancia de los censuradores, quienes pensaban que si una obra había aparecido antes del régimen comunista, no podía representar un peligro. A nosotros, quienes tuvimos la oportunidad de trabajar aquí, nos atrajo principalmente la importancia cultural de esta institución cultural. Así, conseguimos sobrepasar las limitaciones y las imposiciones, que existían de todas formas en todas las estructuras del estado” (traducción de la autora).

80 años más tarde, el éxito del teatro radiofónico perdura y *Societatea Română de Radiodifuziune / La Sociedad Rumana de Radiodifusión* graba la historia de Lăcrămioara Stoenescu, una niña de 10 años, que, después de la encarcelación de su padre por el régimen comunista, es deportada junto a su familia y sometida a duras discriminaciones (Petrescu, 2008). Por la elección de este tema se hace visible el impacto que ha dejado el comunismo en Rumania y la importancia de su peso en la vida del pueblo, si a los casi 20 años después de su caída, en 2008, sigue representando tema de inspiración para historias dignas de radionovelas.

El teatro radiofónico es considerado uno de los más longevos programas de la prensa cultural rumana. *Radio România Cultural / Radio Rumania Cultural* ha reunido y sigue reuniendo a sus seguidores fieles cada tarde, consiguiendo el segundo lugar en audiencias después del Radio diario (Petrescu, 2008). Rudy Rosenfeld, actor rumano de teatro y películas opina sobre lo que el teatro radiofónico ha significado en la vida de las personas, hasta la multiplicación de los soportes de entretenimiento:

Până a avea posibilitățile de astăzi - de a zapa pe zeci de canale de televiziune - lumea era obișnuită să asculte radio. Erau oameni care, la ora la care începea teatrul radiofonic, lăsau totul pentru a participa la acest spectacol. Cred că asta îi creează ascultătorului o stare în care el e cel care creionează personajele, exact cum se întâmplă în cazul lecturii. Teatrul radiofonic este un exercițiu de imaginație, percepția spectatorului este că devine regizor și, în general, omului îi place să-și pună creierul la contribuție (Rosenfeld, en Petrescu, 2008)⁵⁹.

Después de más de 80 años de continuidad en las transmisiones de teatro radiofónico que han logrado esquivar la censura comunista, los valores que elevaron este programa de entretenimiento a un lugar importante en la vida de la gente, dentro de la necesidad de escuchar cuentos y de imaginar nuevas situaciones lejos de la vida real, siguen perdurando también durante el periodo de la transición y hasta el presente. Hoy

⁵⁹ “Hasta tener hoy en día la posibilidad de escoger entre decenas de programas de televisión, la gente estaba acostumbrada con escuchar la radio. Había gente que, a la hora del teatro radiofónico, dejaba cualquier otra actividad para ser parte de este espectáculo. Creo que ésto recrea en el espectador un estado en el que éste se vuelve dibujante de los personajes, exactamente como pasa en el caso de la lectura. El teatro radiofónico es un ejercicio de imaginación, donde la percepción del espectador es que se convierte en guionista, lo que le hace activar su cerebro” (traducción de la autora).

en día, el teatro sigue consiguiendo juntar a las audiencias alrededor de la radio, aunque la televisión con su vasto abanico de programación va ganando cada vez más terreno.

Aunque el teatro radiofónico nacional de carácter melodramático no haya seguido con la tradición folletinesca en términos de su estructura seriada generadora de suspense, consideramos necesario desvelar su peso en la sociedad rumana de antes, durante y después del comunismo y su evolución durante las décadas.

Tal como hemos visto, el género melodramático en Rumania ha pasado del soporte escrito a la televisión, adaptándose fácilmente a este medio bajo la forma de la telenovela, gracias a la estructura narrativa fuerte construida a base de personajes arquetípicos y conflictos sociales que lo han consolidado como género popular.

Después de haber hecho esta breve incursión, rastreando los orígenes folletinescos y melodramáticos de la telenovela tanto en América Latina como en Rumania, cabe explicar en qué consiste lo que llamamos “modelos latinoamericanos de telenovela” que está a base de las producciones rumanas de telenovelas.

2.4 Los modelos latinoamericanos de telenovela

“Hablar de telenovela en Latinoamérica exige hablar también de una *identidad plural*” (Martín-Barbero, 2005b: 118). Esta *identidad plural* se traduce por la diversidad de las condiciones de producción en los distintos países latinoamericanos y por las variaciones del género, que crean dos modelos diferenciados y fácilmente reconocibles en base a los que se verán salir a la luz distintas versiones adaptadas a distintas culturas.

El primer modelo, surgido a raíz de la radionovela cubana y que se traslada fundamentalmente a México, “da forma a un ‘género ‘serio’, en el que prima el desgarramiento trágico, poniendo para ello en juego únicamente pulsiones y sentimientos primordiales, elementales, y excluyendo del espacio dramático toda ambigüedad y complejidad históricas, esto es borrando o neutralizando las referencias a los lugares y los tiempos” (Martín-Barbero, 2005b: 119). Un ejemplo que habla de sí es el que mencionamos anteriormente de la radionovela *Los ricos también lloran* (1948), del cubano Félix B. Caignet, que en 1952 genera la telenovela con el mismo nombre. Su éxito en Cuba hace que la historia se adapte en México, por *Televisa*, en 1979.

El segundo modelo tiene como referencia inicial la telenovela brasileña *Beto Rockefeller* (1968), que incorpora dentro del esquema melodramático un realismo que

permite la inserción de la cotidianidad dentro de la narrativa y la “personalización” del género de acuerdo con las particularidades del país (Martín-Barbero, 2005b: 119).

Resaltando las diferencias destacadas entre los dos modelos de telenovela identificados por Martín-Barbero, Mazziotti construye una antítesis entre las telenovelas brasileñas, reconocidas por su modernidad y las mexicanas, que son más tradicionalistas, encontrándose “en el extremo opuesto” (1996: 47). Afirma que las telenovelas de la *Globo*, que tiene “liderazgo absoluto en producción de novelas”, son reconocidas por lo que la misma empresa llama “patrón de calidad” (1996: 45), que responde, por un lado, a exigencias técnicas y visuales y por otro lado, al modo de elaboración de la narrativa (Ortiz *et al.*, 1989: 131).

Dentro de lo que es el modelo de telenovela latinoamericana⁶⁰ que se adapta en Rumania, destacan los sub-modelos mexicano y brasileño, como exponentes de la cultura sentimental de dos países de América Latina, que cuentan con el desarrollo de unas verdaderas industrias de la ficción seriada y grandes exportadores de telenovelas hacia los países de Europa Central y del Este y entre ellos Rumania particularmente.

Es necesario, a este punto, subrayar el hecho de que otros países de América Latina cuentan con fórmulas específicas de producción de telenovelas, adaptadas a las particularidades nacionales, de tal forma que generan una fuerte identificación entre los seguidores y las situaciones presentadas en las telenovelas. Así, se puede afirmar que existe un modelo venezolano de telenovela – que está inspirado en el modelo cubano, un modelo colombiano o un modelo argentino, aunque se acerquen considerablemente al modelo de telenovela mexicano.

Para destacar la relevancia de los modelos de telenovela mexicano y brasileño, que llamaremos “principales” para nuestro estudio, es necesario detenernos brevemente, abriendo un paréntesis en el que apuntaremos algunos detalles relevantes de estos modelos “secundarios”, pero que confieren, indudablemente, riqueza a la telenovela latinoamericana según los países donde se produce.

Empezamos por la telenovela cubana, que fue pionera en el continente y que influyó en los orígenes de la telenovela venezolana (Cabrujas: 2002; Mazziotti, 1996). El punto de partida lo constituyó una reflexión sobre la narrativa seriada cubana, aunque

⁶⁰ Por “modelo de telenovela latinoamericana” al que se hace referencia como modelo característico para América Latina, se entiende aquí la telenovela latinoamericana con todos sus atributos generales, tales como se presentaron en el subcapítulo 2.2.3 “Telenovela y soap opera – diferencias y similitudes”, del presente capítulo (pp. 110-116).

después llegó a tener sus características propias, a partir de las que se crearon los grandes tipos clásicos del género. La escritora cubana Delia Fiallo logró adaptar los conceptos cubanos de una forma tan original, involucrando a especialistas como psiquiatras o psicólogos como asesores en los proyectos, que llegó a ser referenciada como una “verdadera ideóloga de la telenovela” (Cabrujas, 2002: 180).

Cabrujas (2002) y Martín-Barbero (1995b) hacen referencia en sus estudios a los modelos de telenovela de Venezuela, Colombia y respectivamente Argentina, compartiendo algunas características de estos modelos. Cabrujas argumenta que la telenovela argentina se ubica más cerca del melodrama puro por la influencia italiana. El patetismo que emplea tiende a lo cómico o a lo dramático. El tono es popular, pero no “plebeyo” como en el caso de la telenovela mexicana, no es marginal como en la telenovela venezolana, sino que, más bien, dirigido a la clase media. Según Cabrujas, la telenovela venezolana, en cambio, se ha focalizado en el tema de los “desposeídos” a lo que Martín-Barbero añade que “traduce el esquematismo en austeridad escenográfica y visual llevando al extremo la oralidad primaria: la inmensa mayoría de lo que pasa en el relato lo sabemos no por lo que los personajes hacen sino por lo que dicen, por lo que se cuentan entre ellos. Elementalidad dramática y austeridad narrativa que, sabiamente manejadas, han encontrado también una enorme resonancia y fidelidad de públicos” (2005b: 119). En la telenovela colombiana, el realismo está intervenido por la ironía que se basa en una tradición propia satírico-costumbrista que hace posible burlar al melodrama. El reencontrar al país en sus regiones es una dimensión reconocible y compatible de la pluralidad dentro de la nación (Martín-Barbero, 1995b: 120).

Después de contemplar este panorama general de los países productores de telenovelas latinoamericanas que más alcance internacional tienen y tomando en cuenta la importancia del volumen de importaciones de telenovelas desde México y de Brasil, por el éxito de estas producciones que tuvieron su encanto para el público rumano y por la similitud de rasgos entre los sub-modelos mexicano y brasileño y el modelo rumano de telenovela, nos centraremos particularmente en las especificidades correspondientes a los dos países latinoamericanos.

Las características que definen a cada uno de estos sub-modelos del modelo latinoamericano de telenovela permiten diferenciarlos fácilmente el uno del otro a través de elementos de contenido y de modos de producción. Así, el modelo mexicano se puede identificar a través de múltiples rasgos, pero sobre todo por el grado elevado de melodrama que inunda el trama de lágrimas y de la ambientación de las historias

románticas en interiores de casas lujosas, que invitan a la ensoñación al espectador de clase media-baja, mientras que el modelo brasileño se concentra más en la presentación de hechos históricos y sociales que dan lugar a reflexión sobre ciertos aspectos de la vida, incentivando el aprendizaje a través de sus contenidos. Vilches ofrece un panorama general muy acertado en cuanto a las características definitorias de estos dos modelos:

Si el modelo Globo, de Brasil, se distingue por un gran esfuerzo de inversión en producciones de calidad y con temáticas narrativas entretejidas con la realidad social, interracial e interclasista, el de Televisa en México proviene de una tradición teatral y radiofónica con fuerte dependencia del relato oral melodramático y personajes extremadamente estereotipados. (Vilches, 2007: 17)

Aproximándonos a estos dos modelos de una forma más detallada, a continuación observaremos las especificidades de cada modelo, que servirán más adelante como identificadores para los casos de telenovelas rumanas.

2.4.1 El modelo mexicano de telenovela

Una de las telenovelas mexicanas más conocidas y exportadas internacionalmente, que hizo conocer al mundo entero un exponente del “modelo mexicano” fue *Los ricos también lloran* (1979), cuyo éxito hizo conocer las producciones de *Televisa* y a la vez facilitó su alcance global (Fernández y Paxman, 2000: 218-219).

La exportación del modelo de la telenovela mexicana se ha hecho, sobre todo, gracias a *Televisa*, fundada en 1972 que llegó a ser “la mayor empresa productora televisiva en habla española” y se convirtió, con sus 42.000 horas de programación en 1992 (Mazziotti, 1996: 48), en principal exportador en América Latina de telenovelas a nivel mundial y uno de los más importantes hacía distintos países de Europa Central y del Este en el momento cuando éstos habían recientemente iniciado el proceso de transición a la democracia y estaban abiertos a la importación de nuevos programas televisivos y a *soap operas* y telenovelas en especial. *Televisa* encontró entonces tierra propicia para la comercialización de sus telenovelas, que llegaron en gran número a los nuevos canales de televisión de esta región.

Las telenovelas mexicanas representan el “modelo esencialmente melodramático, con toda la carga sentimentalista, maniqueísta y moralista que ello implica” (Castro, 1994: 48). López añade, siguiendo la misma línea, que las producciones mexicanas son “notorious for their weepiness, extraordinarily manichean vision of the world, and lack of specific historical referents” (1995: 261).

Martín-Barbero aporta información interesante en cuanto a la temática, a los personajes y a la puesta en escena:

[...] los conflictos centrales, y en muchos casos únicos, son los de parentesco, la estructura de los roles y los actores sociales es crudamente maniquea y los personajes son puros signos. Pero ese esquematismo es *llenado* en la telenovela mexicana con el espesor barroco de la escenografía, el lujo de la decoración y la sofisticación del vestuario y el maquillaje, en los últimos años también con una modernización de la puesta en escena y el aligeramiento del ritmo visual (1995b: 119).

José Ignacio Cabrujas habla de la telenovela mexicana como “muy estereotipada en ciertos tópicos de la vida y también se le da mucha importancia a los personajes de edad madura: siempre la madre es buena y además posesiva” (2002: 179).

En cuanto al papel de la telenovela en la sociedad mexicana, ella pretende introducir al espectador en un mundo de sueño, irreal, que le aleje de la realidad diaria difícil, tendencia que persistió mucho tiempo después de que la misma haya desaparecido en el mismo tipo de series televisivas melodramáticas en Australia o Brasil (Quiñones, 1998: 42). De acuerdo con Cabrujas –quien extiende la estrategia de la ensoñación a todas las telenovelas latinoamericanas– el sentimiento sublime y eterno es la fuerza que incita todavía más el apego de las audiencias a la ficción seriada melodramática: “La telenovela es la gran creadora de sueños de las mayorías, es una ficción pero que además convoca a nobles causas, como la de que el amor es verdadero y para siempre” (Cabrujas, 2002: 132).

El código de valores en el que se basa la telenovela mexicana es “la superación personal, la integración familiar y la unidad nacional” (Fernández y Paxman, 2000: 192). Las convenciones establecidas por *Televisa* –el gigante mexicano de producción nacional– en cuanto a sus telenovelas son muy estrictas: fumar en la escena está prohibido, mientras que el aborto está fuera de cuestión. La pobreza es maquillada y así,

invisible a los ojos del espectador, justo para crear aquello estado de ensoñación al que hace referencia Quiñones. Los políticos se quedan lejos de los temas de las telenovelas mexicanas y los personajes de origen indígena no aparecen nada más que para encarnar a las criadas o a los trabajadores de clase baja. Una de las fórmulas reconocidas de telenovela mexicana es simbólicamente la llamada “María”, que es la imagen de la chica guapa y pobre que trabaja en la casa de un hombre rico, que, a cabo de una serie de enredos y sub-tramas que se generan a parte de la historia principal, termina casándose con el hijo de la familia rica (Fernández y Paxman, 2000: 77). La telenovela mexicana es, por lo general, una historia digna de Cenicienta que se caracteriza por su *happy-end*.

Otra formula de telenovela mexicana, que aparece a principios de la década de los 90, es realizada por la productora independiente de contenidos para televisión y cine, *Argos Comunicación* para la *Televisión Azteca*, que, después de su creación en 1993, se convierte en competencia para *Televisa*. Esta formula, ideada por uno de los directores de *Argos Comunicación*, Epigmenio Ibarra, mezcla ingredientes originados por la sociedad, implicando al gobierno y a los políticos en historias de ficción trasladadas de la vida real a la pantalla. Un ejemplo de telenovela que lleva la realidad política y de la lucha en contra del narcotráfico dentro de la ficción es *Nada personal* (1996-1997). “No es nada personal” fueron las últimas palabras que el jefe de la policía, Fernando Gómez Miranda dirigió a su amigo, el político Raúl de los Reyes, después de asesinarle junto a su hija Lolita en una emboscada en su propio coche. Camila, la hija mayor del político, sobrevive, siendo encontrada por el periodista Luis Mario Gómez, quién se enamora de ella. Realidad y ficción se mezclan, para generar una producción bastante diversa comparado con las telenovelas de *Televisa*, mucho más enfocadas hacía el sentimiento que hacía un substrato visible de la realidad contemporánea.

Los problemas generados por la droga, el SIDA, el embarazo no deseado en adolescentes y el aborto afloran en este tipo de telenovela (Slade, 2010: 55). *Mirada de mujer* (1997-1998) es una telenovela adaptada a partir de la telenovela colombiana *Señora Isabel*, producida en 1993 por la directora Luz Yamayusa y transmitida en Colombia a través del canal *Coestrellas*. La adaptación mexicana cuenta la historia de María Inés, una mujer casada, ama de casa, de 50 años de edad y de familia respetable, quién, al ser abandonada por su marido, consigue un amante 16 años más joven que ella. Por otro lado, cuando la hija mayor de María Inés se quedó embarazada, decidió interrumpir el embarazo, mientras en México el aborto estaba prohibido. La reacción

violenta del público a esta decisión de la hija hizo que Ibarra, el director de la telenovela, cambiara el “destino” de la joven, mediante una pérdida del embarazo. Esta telenovela pretende dar ejemplos de mujeres independientes, que toman sus vidas en sus propias manos, aunque se encuentre con reacciones de reticencia por parte de una sociedad mexicana bastante tradicionalista en este sentido.

El productor de tales series de televisión con contenido social para *Azteca TV*, Epigmenio Ibarra, fue inspirado por las telenovelas brasileñas y venezolanas⁶¹ que, a través de sus contenidos, incitan a la reflexión –rasgo que quería imprimir también a las sus producciones mexicanas, convirtiéndolas en un “espejo de la realidad”:

Siempre prefiero ver la lucha de las mujeres integras, el valor con que algunos personajes arrostran las dificultades, el dolor de una mujer que ve a sus hijos cruzar la frontera. Conservo la idea de que la telenovela toque no solo asuntos del corazón y las ilusiones, sino también de la realidad que vive la gente. Sigo pensando que hay que construir personajes entrañables, verosímiles y profundos (“Epigmenio Ibarra: La mejor inspiración, la voluntad de cambiar el mundo”, 2007).

Podríamos considerar que este tipo de telenovelas mexicanas, que se presentan como un espejo para la sociedad, representa el puente que une las producciones mexicanas a las brasileñas, caracterizadas específicamente por su aproximación a temas sociales que tratan de situaciones que sirven de aprendizaje para los espectadores. Así, estos productos de la industria cultural superan la meta principal de entretenimiento y de idealización de la realidad –así como es el caso de las telenovelas mexicanas clásicas, para dejar lugar a la reflexión sobre cuestiones sociales que preocupan a la sociedad en un lugar y en un momento determinados.

⁶¹ En una entrevista acordada al periódico mexicano *El Universal*, Epigmenio Ibarra reconoce su fuente de inspiración que le llevó a producir telenovelas con tema social y de reflexión: “Cuando era joven yo no veía la televisión, y cuando lo hice, fue a través de producciones brasileñas y venezolanas. Ahí entendí el mundo de manera clara porque eran historias apegadas a la realidad social e incluso política. Telenovelas mexicanas, recuerdo por ejemplo “*Simplemente María*” (“Epigmenio Ibarra: La mejor inspiración, la voluntad de cambiar el mundo”, 2007).

2.4.2 El modelo brasileño de telenovela

En cuanto al modelo brasileño de telenovela, López lo describe como antitético frente al modelo mexicano –igual que Hernández (2001) quien asocia a la telenovela mexicana el atributo de “blanda” y a la brasileña, el de “dura”, en términos de modos de producción, personajes y situaciones presentadas en su contexto histórico:

At the opposite end of the spectrum, the Brazilian telenovelas are luxurious, exploit cinematic production values, and are considered more “realistic” for their depiction of ambiguous and divided characters in contemporary (or specific historical) Brazilian contexts (López, 1995: 261).

El realismo de la vida cotidiana que se encuentra en las telenovelas brasileñas representa una particularidad de este modelo de telenovela existente ya en Brasil desde los años 60, cuando su personalidad empieza a tomar forma en América Latina mediante innovaciones respecto de los temas y de las tramas: “La realidad brasileña, la difusión de mensajes y la presentación de una vida cotidiana más cercana a la del espectador, muestran una ruptura con los modelos de las telenovelas antiguas e indican manifestaciones más generales de la cultura brasileña” (Simões Borelli, 1997: 170).

En la concepción de Martín-Barbero, en el caso del modelo de telenovela brasileña,

[...] la rigidez de los esquemas y las ritualizaciones es horadada por imaginarios de clase y territorio, de sexo y de generación, a la vez que se exploran posibilidades expresivas venidas del cine, la publicidad y el videoclip. Los personajes se liberan del peso del destino y alejándose de los grandes símbolos se acercan a las rutinas de la vida y a las ambigüedades de la historia, ganando así capacidad referencial del país y sus regiones, de sus hablas y costumbres. En la telenovela brasileña esa capacidad referencial a los espacios del país y los momentos de su historia y su transformación industrial son puestos en imágenes a través de un relato que articula la larga duración del folletín –en el que se despliega la historia de varias generaciones– a la fragmentación visual del discurso publicitario (1995b: 119).

Las exigencias que se requieren para la creación de una película, aplicadas a la telenovela brasileña, desde la elección de su tema y hasta las bandas sonoras para las que se contratan a los músicos más conocidos y reputados de Brasil (Mazziotti, 1996: 46), se concretizan en un producto de calidad, brasileño tanto en términos técnicos como culturales. Cabrujas reafirma el buen uso de la tecnología de la imagen, que es determinante en la calidad de la producción, añadiendo un rasgo muy característico para las telenovelas brasileñas: las abundantes tomas de escenas exteriores (2002: 180).

Marqués de Melo puntualiza, entre los rasgos que atraen a los telespectadores a visionar telenovelas brasileñas, las escenas al aire libre, las situaciones inesperadas del argumento y la actuación natural de los actores, que confiere realismo a las escenas presentadas (1992: 100).

En cuanto a los compradores extranjeros, los elementos que les atrae en cuanto a este tipo de telenovela, según los dichos de un profesional son:

[...] el refinamiento y acabado plástico de las escenas, la diversificación de escenarios internos y externos y la riqueza de las presentaciones, aliados a historias que mezclan el realismo fantástico con el folclore brasileño, además de una buena banda sonora (Mazziotti, 1996: 57).

Además de estas consideraciones, las particularidades de la telenovela brasileña la acercan, según las observaciones de Cabrujas, a lo culto, a un público de clase media:

La telenovela brasilera es un movimiento anómalo dentro del género. [...] Está construida sobre un concepto y sobre una filosofía propias de la clase media, inclinada hacia los profesionales, casi a lo culto. [...] En Brasil se eligen situaciones y esquemas verticales, no horizontales, y se da mayor profundidad a los temas (Cabrujas, 2002: 177-178).

2.5 El encuentro de la ficción con la realidad en la telenovela

Uno de los aspectos mencionados anteriormente en varias ocasiones en esta investigación y sobre el cual es necesario detenernos para comprender uno de los factores clave del éxito de las telenovelas es la relación de interpenetración que se da

entre la realidad y la ficción. Entre los elementos comunes a los dos modelos de telenovela, uno que resulta relevante para la fidelización del público es la inserción de la “*cotidianidad más absoluta*” (Ciamberlani, 1997: 122) de las personas comunes en la trama de las narrativas. Por la cercanía al público y la sencillez del abordaje de las temáticas presentadas, dicha cotidianidad contribuye en la construcción del “contrato mediático con el espectador” del que hablaba Escudero Chauvel (1997: 76).

La realidad cotidiana llega a convertirse en una parte representativa de la globalidad, definiendo un nuevo tipo de espacio discursivo. De esta forma, la narrativa se inspira en la realidad actual (Dragota, 2012: 467). El discurso de la actualidad frente a una realidad fragmentada encuentra en la “ficcionalización” del presente un soporte donde el sentido se ubica frente a la “cotidianidad espectacularizada” (López-Pumarejo, 1987: 57).

Si en sus inicios la telenovela se dedicaba principalmente a entretener un público mayoritariamente femenino, de clase media-baja, con el paso del tiempo fue incorporando en sus contenidos mensajes, que favorecen una toma de conciencia de la realidad social, de forma lúdica y casi imperceptible, tal y como lo sugiere Trinta:

[...] las telenovelas, en tanto género televisivo dominante para la masa de audiencia, suelen estar incorporadas dentro de la realidad cultural y social de dicha audiencia. La telenovela es algo que permite pasar agradablemente el tiempo, y se sabe que los mensajes puestos dentro de formatos de entretenimientos populares influyen de una manera u otra sobre el público (Trinta, 1997: 108).

De esta forma, la realidad se hace transcendente a través de las imágenes y queda escondida tras una sucesión de capas de imágenes. La muestra de la realidad así como es y el tratamiento de una historia o de un caso como historia de vida, dentro de un noticiero permiten revelar el cambio cultural en el nuevo juego discursivo que construye la actualidad. De la misma forma, entrecruzando la actualidad social y cultural con el espectáculo y borrando las fronteras entre realidad y ficción, la telenovela justifica su forma de presentar la realidad. Se constituye así un espacio intersticial donde realidad y ficción fusionan, manteniendo una cualidad epistemológica donde el espacio de la realidad coincide con el espacio de la ficción (Ciamberlani, 1997: 125-6).

Si profundizamos en el análisis de la inspiración que extrae la telenovela de la actualidad cotidiana social y cultural, es quizás útil distinguir en nuestro caso, según hace Stephen Neale en su investigación sobre género (1980), entre realismo y verosimilitud. Según el investigador británico, el realismo es un término más familiar, con raíces en la literatura, donde la realidad se construye, que ayuda a determinar si una obra de ficción construye un mundo que nos resulta fácilmente reconocible. En cambio, el concepto de verosimilitud no pretende demostrar una realidad construida, sino que se refiere a percepciones normativas de la realidad, de lo que es socialmente aceptable, creíble o adecuado. La telenovela consigue imbricar los dos conceptos. En este sentido, la telenovela encuentra su fuente de inspiración de la realidad inmediata de un país donde se produce, urdiéndola dentro de la trama de la ficción y creando de esta forma un vínculo de proximidad cultural con el público local. Dentro de esta imbricación de realidad y ficción surge la verosimilitud, que muestra la percepción de esa realidad a través de actitudes y comportamientos específicos a una cultura y a una sociedad en particular, a menudo ofrecidos como ejemplos. Por tanto, igual que el *soap opera* –“a daily ‘story of everyday life’, itself incorporated into the daily routines of listeners and viewers– is heavily invested in *cultural verisimilitude*. [...] soap operas are driven to engage in some way social change” (Gledhill, 1977: 361).

En este sentido, en la telenovela rumana, por ejemplo, observaremos la inserción de nuevos discursos post-comunistas, que abordan problemáticas actuales a través de situaciones reales, relacionadas con el papel de la mujer en la sociedad, o con la aceptación de las relaciones entre personas del mismo sexo, que se incorporan en las historias ficticias. Este modo de presentar semejantes cuestiones en un programa cuyo objetivo primordial es el entretenimiento atañe a las convenciones y normas preestablecidas por la verosimilitud cultural, teniendo como objetivo secundario contribuir al cambio social de la sociedad, tal y como sugiere Gledhill en el caso del *soap opera*.

Sin embargo, como afirma Cabrujas, la telenovela no pretende derivar conclusiones realistas. Aunque tenga fundamentalmente una estructura romántica, ésta no puede convertirse en análisis de la realidad: es “*una peripecia incrustada en la realidad*” (Cabrujas, 2002: 165). La investigadora italiana Milly Buonanno se detiene sobre este aspecto, describiéndolo como una necesidad humana de auto-proyección desde la realidad cotidiana a una realidad imaginada a través de personajes heroicos, que sirven de identificación personal.

Una de las funciones básicas de las narrativas populares es la de responder, a través del relato de vidas y comportamientos ejemplares, a la necesidad de personajes simbólicos, quizá sobrehumanos, quizá sólo humanos, sobre los que proyectar expectativas, sueños, ideales: es decir, personajes heroicos, expresión y encarnación de lo que quizá quisiéramos ser y en los cuales, aunque no nos reconozcamos, podemos al menos confiar. Las figuras de los héroes que cada vez encienden más entusiasmos y despiertan consensos hablan, en cierto sentido, de nosotros; descubren zonas de la vida cotidiana y social donde más agudamente encontramos apuros, dilemas, conflictos; despliegan las estrategias y las modalidades de acción con que nos gusta imaginar que los problemas pueden o deben ser afrontados; empujan su comportamiento hacia los éxitos que, entre sueños y miedos, fantaseamos (1999: 141).

La identificación y el reconocimiento del espectador entro de ciertas tipologías de personajes. Este espejismo del espectador en la pantalla es la ilustración de lo que Flavia Puppo imagina como “la pantalla: espejo del alma” (1997: 113). El toque de realidad es representado por los protagonistas que pueden ser buenos o malos, pero en cuanto a los hechos que les suceden a los personajes, por más que intentemos acercarlos a la realidad, no se llegará en ningún momento a una fusión total. La confusión casi perfecta entre vida y relato, entre lo que le pasa al espectador y la actuación de los personajes frente a distintas circunstancias situacionales ilustra la identidad de la narrativa que se mantiene abierta a las reacciones del público.

En el relato televisivo, “no es la representación de los datos concretos y particulares lo que produce en la ficción el sentido de la realidad, sino una cierta generalidad que mira para ambos lados y le da consistencia tanto a los datos particulares de lo real como al mundo ficticio” (Cantor Magnani, citado en Martín-Barbero, 1995a: 40).

La ficción es el mundo de las posibilidades, de lo que pudo ser y nunca fue, donde todo es posible todavía porque podrá suceder pues aún no ha ocurrido ni se sabe que jamás no ocurrirá. La irrealidad de la ficción no es lo fantástico ni lo inverosímil sino lo siempre posible en la realidad (Sarmiento Vázquez, s.f.).

Desde la perspectiva de Gledhill, el concepto de “representación” se refiere, en el caso de los *soap operas*, a la representación de discursos, figuras y eventos del entorno social anclado en el mundo real. También toma en cuenta el placer que las audiencias encuentran en identificarse –a partir de estereotipos de personajes, que están a la base de la fórmula de los productos de consumo masivo y de la estructura comercial de las narrativas– con situaciones inspiradas por las experiencias vividas (1977).

En el caso de la telenovela, es esencial lograr la identificación del auditorio con la trama. Para alcanzar tal objetivo se accede a una memoria compartida que permite no sólo que la propuesta sea descifrada gracias a códigos comunes, sino que también es necesario que se facilite el reconocimiento. La primacía de lo afectivo “melodramatizado” –amores, celos, traiciones, odios– permite a la telenovela recrear significados de lo cotidiano, bien conocidos por los espectadores. Basándose en estos sentimientos, la telenovela recrea situaciones similares vividas en el plano real y personal como el divorcio de los padres o la infidelidad. A este punto, la definición de la telenovela desde la perspectiva de la identificación del público con los hechos presentados resulta acertada: “en realidad es la historia de una sucesión de fracasos con los que nos identificamos y que nos conmueven” (Cabrujas, 2002: 265). Sin embargo, aunque las situaciones presentadas estén tan ciertas como la vida de las personas, la esencia de la acción dramática hace que los sucesos que derivan de un hecho real se hagan hiperbólicos, exagerados, para tener mayor repercusión a nivel de las percepciones de las audiencias.

Después de analizar las afirmaciones de los investigadores citados, podemos afirmar que las telenovelas, partiendo de sentimientos reales, distinguibles, cotidianos, potencian los sentimientos con el fin de hacerlos espectaculares ante un espectador que siente la necesidad de experimentar una gran emoción. En realidad, las telenovelas no son historias de personas comunes. Aunque su comportamiento pueda corresponder al comportamiento de la gente común, los hechos frente a los que están puestos o las situaciones que tienen que resolver no son comunes. Consideramos que aquí es donde interviene el deseo del público de ver una historia en la que pasen cosas que despierten su atención.

El mundo de lo real y de lo fantástico llega entonces a uniformizarse dentro de la telenovela, creando un puente que permite al espectador identificarse con personajes y situaciones y le involucran en la historia presentada. De hecho, el espectador llega a tener la impresión que él mismo es parte de los eventos que surgen en la vida de los

personajes, teniendo el poder de decidir sobre el destino de los personajes gracias a los intercambios constantes de las posiciones del autor, lector y personajes. Cabe mencionar que la integración del espectador al relato, haciéndolo sentirse parte del cuento, constituye una de las estrategias que los creadores de telenovelas emplean para engancharle y así darle la impresión que vive en dos mundos: en el mundo real, cotidiano, y el mundo de la realidad ficcional, que para él representa una segunda realidad.

Sin embargo, cabe destacar que la telenovela, al igual que cualquier producto cultural, se puede descifrar de una u de otra forma, según el público seguidor. Por tanto, una telenovela dedicada a un público local, interpretada por actores locales, tendrá más impacto en las audiencias que una telenovela extranjera, cuyos códigos son distintos. Los significados decodificados serán entonces distintos dependiendo del público, tal como sugiere Gledhill cuando habla de “*specific interpretative frameworks and social practices of given groups*”, según las diferencias de competencias de orden cultural. Explica este hecho de la siguiente manera: “Within the specific cultural competencies exercised by given social groups, the signs of verbal or visual language will take on meanings that may be opaque to those outside” (1977: 375).

A modo de conclusión de esta parte, es interesante observar que realidad y ficción se conjugan en un producto destinado a los mercados nacionales e internacionales, sirviendo tanto de entretenimiento, como de vehículo de contenidos sociales impregnados dentro de las situaciones presentadas. Las telenovelas en tanto que género televisivo dominante para un público amplio presentan realidades culturales y sociales propias a los espectadores. La telenovela es entonces algo que permite no solo pasar agradablemente el tiempo, sino que también devenir receptivo a los “efectos” sociales que influyen de una manera u otra sobre el público.

Los productores de telenovelas juegan con la capacidad de identificación del público seguidor de las telenovelas, haciendo de la telenovela un espectáculo de entretenimiento que a parte de su finalidad principal cumple también con una complementaria, que es la social.

2.6 Entrecruces y complementariedad entre sentimientos e ideología

La fuerza de los sentimientos en la telenovela reside en que su origen es el romanticismo. El espectador disfruta de la historia realista en el plano de la ficción, mirando a la telenovela como a un “espectáculo del sentimiento” –como lo define Cabrujas (2002: 190)– cumpliendo así con la meta principal de la telenovela, que es la de entretenimiento.

La telenovela ha sabido crear una gran capacidad de mercado internacional a través de un lenguaje narrativo que la gente puede creer: las lágrimas, las verdaderas lágrimas generan la credibilidad, lo que justifica también el apego y la lealtad a este género:

[...] el melodrama y las emociones que éste despierta, son los elementos cruciales que favorecen la lealtad y el amor de las audiencias de este género. Son las emociones que las telenovelas despiertan lo que permiten a los individuos se identifiquen con los diversos personajes y con el melodrama de las mismas (Páramo Ricoy, 2000: 210).

Por otro lado, Vilches justifica la centralidad de los sentimientos en las telenovelas:

La función de estas series es crear la posibilidad de que se escuchen las emociones recreando argumentos a través de los mitos de siempre. [...] Estamos ante un género convencido de la pertinencia de los sentimientos: es decir, del individuo. Quizá por esto, la telenovela sea el único género donde ser y decir son una misma cosa (Vilches, 1997: 61-62).

Hablando de las emociones, Delia Fiallo, creadora de la telenovela *Cristal* que ha dado vuelta al mundo entero, considera que son la principal razón del éxito universal de las telenovelas:

Creo que el éxito, la fuerza de penetración de las telenovelas, consiste nada más que en las emociones. La emoción es el común denominador en todo el género humano, en todas las épocas y en todos los países del mundo. Desde el hombre de las cavernas hasta el último hombre sobre la tierra. El amor, el odio, la ambición, la envidia, los celos son comunes. Es el común denominador y explica

que una novela que tú escribes para Venezuela y que puede tener éxito en Santo Domingo, pueda tener éxito en Grecia, en Turquía, en Japón. Porque no somos seres de Marte, todos somos seres humanos, que respondemos a las mismas emociones. Ese es todo el secreto (Fiallo, citada en Mato, 2001: 16-17).

A parte de ser un espectáculo, la telenovela lleva una importante carga ideológica. La telenovela sirve para aprender y genera reflexiones y diálogos que van más allá de las relaciones basadas en el sentimiento presentadas (Dragota, 2012: 469).

Teniendo como efectos la proximidad social y cultural, la telenovela traspa su carga ideológica casi de la misma forma que lo hace el cine de Hollywood:

[...] el cine de Hollywood elabora una cierta comprensión de la común experiencia individual del sujeto en la sociedad capitalista y patriarcal, y esta habilidad para elaborar conflictos que tienen una base real en la lucha diaria del sujeto/espectador, así como su habilidad para proponer representaciones/fantasías en las que el espectador puede encontrar una unidad imaginaria, lleva a Hollywood a encontrar una base popular para transmitir una importante carga ideológica (Greal, citado en Vilches, 1997: 58).

2.6.1 La telenovela como “espectáculo del sentimiento”

Para acercarnos al concepto de “espectáculo del sentimiento”, formulado por Cabrujas (2002: 190), conviene aproximarnos primero a algunas definiciones de la telenovela, que enumeran atributos que tienen que ver con su fórmula narrativa específica dentro del discurso mediático, para luego profundizar en la centralidad de los sentimientos que se convierten en la fuerza motriz para las telenovelas.

La definición que propone Escudero ubica los orígenes de la telenovela en el campo de la semiótica: “como fenómeno discursivo mediático, la telenovela es un dispositivo particular de enunciación de la ficción narrativa en el interior de la producción televisiva. Es una de las formas específicas de articular la ficción al sistema de la televisión” (Escudero Chauvel, 1997: 75).

Una definición más general, fruto de una larga experiencia de trabajo en el área de los melodramas televisivos pertenece a Cabrujas. Según el, la telenovela es “una

historia dividida en fragmentos o capítulos que se transmiten todos los días y que provoca en el televidente la necesidad de continuar viéndola para conocer su desenlace” (2002: 190).

El mismo Cabrujas asienta las bases de las telenovelas en la mitología, resaltando el papel de los mitos tradicionales y actuales⁶² en la configuración de la telenovela:

¿Qué es la telenovela? es un show, ¡es el espectáculo del sentimiento! Por eso debe apoyarse en los mitos, observando los mitos que están sucediendo y fabricándose en la sociedad. Los personajes que encarnan esos mitos son el paradigma de lo que la gente corriente es a penas una caricatura (2002: 190).

Metaforizada como “el espectáculo del sentimiento” o, más anglófilo, el “*show* del sentimiento”, la telenovela se construye alrededor de “diez mil sentimientos, pero uno sólo es central: el amor” (Cabrujas, 2002: 191). La telenovela se construye alrededor del amor de él y ella, del amor de pareja, que tiene que enfrentar una multitud de obstáculos para triunfar. El amor se convierte en espectáculo para el telespectador, quién disfruta de un estatuto privilegiado, siendo omnisciente –lo que le hace sentirse partícipe del espectáculo. En cambio, en el *soap opera*, aunque muy presente, el sentimiento no representa el centro del trama; más bien, su objeto son los enredos familiares que nunca se pueden resolver, lo que hace que la historia continúe sin una finalidad aparente. Esta diferencia es la que marca los diferentes tipos de sensibilidad melodramática.

Como en una novela que crea proyecciones de paisajes y situaciones frente a los ojos del lector que se deja llevar a otro mundo, la telenovela pinta a través de la imagen un mundo que parece irreal, aunque inspirado de la realidad, que viste la forma de un espectáculo. ¿Pero a qué se refiere Cabrujas cuando llama a la telenovela espectáculo? En la opinión del dramaturgo venezolano, al sentido de la propia palabra “ver, observar”, se le añade un atributo que es «ver especialmente algo», ver con otros ojos”. El autor explica la palabra *show*, que en inglés significa “demostración hacia afuera”,

⁶² Es interesante aquí añadir el detalle que da Cabrujas en cuanto a los mitos generados por los pueblos – algunos universales y otros locales, que “no tienen porqué ser arcaicos. También pueden ser contemporáneos, como el caso del SIDA, que está en la base de muchos dramas del cine y la televisión sobre la relación de pareja” (2002: 41).

como algo que ocurre frente a nuestros ojos, pero de una manera especial y en un entorno especialmente preparado (2002: 198). Gracias al *show*, algunos aspectos de la actuación aparecen potenciados, lo que crea el espectáculo. Las telenovelas tienen como puntos de partida sentimientos reales, cotidianos como el amor de él para ella. Así, el amor aparece potenciado para darle dimensiones espectaculares, frente al espectador, quién experimenta una intensa emoción. En realidad, las telenovelas no son historias de personas comunes, aunque lo parezcan. Los sucesos que surgen en la vida de la pareja tienen que ser relevantes, espectaculares. Su peculiaridad es dada por las situaciones en las que está implicada, que hacen al espectador exclamar, cuando pasan cosas similares en la vida cotidiana que “la vida es como una telenovela”.

Por lo tanto, la telenovela cuenta historias de amor. Pero no de un amor cualquiera. Desde la experiencia de Cabrujas como guionista, este amor tiene que ser un amor difícil de alcanzar o recuperar. Tiene que ser más fuerte que la pertenencia social y los lazos de sangre; tiene que ser suficientemente fuerte para superar el tiempo, las distancias y todos los obstáculos que impiden su cumplimiento. A la vez, la historia de amor es doblada de otros temas propios al melodrama, como la revelación de la paternidad oculta, la búsqueda del origen o de la identidad oculta (2002).

El “drama del reconocimiento” teorizada por Martín-Barbero (1995b), del descubrimiento de una verdad ocultada responde a las preguntas “¿De quién soy hija/hijo?”, o “¿Dónde está mi hija/hijo?” Una característica de las tramas es la tensión, la búsqueda que termina con el descubrimiento de la verdad y el reconocimiento de la identidad. Tanto el cumplimiento del amor, como la revelación de la identidad tienen el carácter de reparación justiciera –también característica del melodrama–, que constituye el premio final para los protagonistas y justifica al mismo tiempo todas sus acciones, dolores inmerecidos, peligros y amenazas que aguantaron durante el desarrollo de la trama. La identidad es reconocida públicamente e implica el castigo de los culpables.

Aunque inspirada en la realidad, la narrativa hace al espectador salir de su propia realidad para integrarse a otra, idealizada, en la que el espectador se puede imaginar a sí mismo, sintiéndose de esta manera parte del espectáculo. De esta forma, realidad y espectáculo ficcional se complementan y se reúnen bajo el signo de la identificación en la telenovela. Desde sus inicios, “el melodrama nace como «espectáculo total» para un pueblo que puede ya mirarse de cuerpo entero «imponente y trivial, sentencioso e ingenuo, solemne y bufón, que respira terror, extravagancias y jocosidad” (Nodier, citado en Martín-Barbero, 1995a: 24).

La telenovela es sobre todo un espectáculo cargado de una “fuerte dosis de realidad humana”. Basándonos en esta afirmación, podríamos decir la telenovela es espectáculo de la realidad cotidiana de la vida humana, que viste formas ficcionales:

La telenovela no es sólo ni primariamente arte; es sobre todo espectáculo, diversión, transmigración a mundos ficticios, suspensión del tedio de la propia vida. Por eso hay que darle al espectador una fuerte dosis de realidad humana que no excluya siquiera a la trivialidad, porque la vida humana es esencialmente trivial, aunque no sea sólo eso (Cabrujas, 2002: 184).

Para sintetizar, la telenovela cumple un papel de entretenimiento, generando un espectáculo frente a los ojos del espectador sorprendido y a la vez encantado del nuevo mundo que descubre a través de la imagen: “La telenovela [...] es un espectáculo sensual, que apela fácilmente a la sensualidad humana, no apela al cerebro, sino al sentimiento” (Cabrujas, 2002: 135).

En tanto que programa televisivo, mirar la telenovela tiene como principal objetivo relajar después de un día de trabajo, pero a la vez genera discusiones y diálogos emancipadores a partir de las situaciones presentadas, con las que el público omnisciente se identifica. La afirmación de Cabrujas: “La figura de la enseñanza a través de la telenovela es peligrosa porque lo que ésta persigue es una diversión, ése es su fin” (Cabrujas, 2002: 135) que precede su argumento presentado más arriba, que dice que “[...] la telenovela no es para enseñar o aprender, sino es para entretener y ése es su valor” (Cabrujas, 2002: 135), no están compartidas en nuestro caso y pretenderemos demostrar a continuación que la telenovela, en realidad, “apela al cerebro” y se puede volver llamativa a través mensajes con contenido social que se le incorporan.

Coincidimos entonces con Trinta, quien se muestra a favor de la idea que los contenidos sociales en las telenovelas impulsan el crecimiento de los *ratings* de audiencia:

Si bien muchos críticos creen que hay que tomar a la telenovela como una diversión o como algo que distrae de los hechos verdaderos, los ratings de audiencia son más altos cuando este tipo de telegramas tienen un profundo contenido social. Hasta los teleteatros más sentimentales pueden inspirarse en las noticias, pues cada vez que los temas o situaciones coinciden exactamente

con la realidad social, adquieren una característica reconocible que los vuelve diferentes de todos los demás (1997: 108-109).

El mismo Trinta añade, sobre el atributo social de la telenovela:

Pero si en el pasado la telenovela era, según se dice, poco más que una suerte de guerra psicológica librada con el fin de influir sobre las ideas y creencias de las personas o, como se apresuraron a señalar los críticos, un manipulador de la conciencia popular mediante el recurso de distraer al público de la realidad, hoy en día no sólo se la usa con fines de entretenimiento sino que también transmite mensajes de un mayor interés social (1997: 108-109).

Desde una perspectiva general enfocada en los programas de entretenimiento, los investigadores Singhal y Svenkerud traen a colación la diferencia entre los programas de entretenimiento cuya finalidad es el entretenimiento en sí y los programas similares, pero con contenidos didácticos y sociales. Este análisis se ajusta perfectamente y se puede aplicar a la lógica de concepción de las telenovelas que incorporan en sus contenidos mensajes que pretenden incitar a la reflexión:

Using entertainment programmes to promote pro-social messages maximises audience exposure, linking and recall of messages in ways that might not be achievable through the use of straight-forward didactic messages. As opposed to purely entertainment programmes, which are generally ratings-driven and hence largely targeted to the more affluent audience segments, pro-social entertainment programmes can be targeted to the oppressed and less fortunate audience segments and thus represent a balance between production-centered and people-centered programming (1994: 16).

2.6.2 La telenovela como vehículo de contenidos sociales

“Pocos ‘fenómenos culturales’ evidencian hoy en forma tan desconcertante como la telenovela las articulaciones que entrelazan demandas sociales, dinámicas culturales y lógicas de mercado” (Martín-Barbero, 1995b: 117).

La telenovela como fenómeno globalizado y globalizador goza de una gran audiencia dentro de las masas populares, siendo seguida día tras día de unos espectadores fieles que esperan ver el desenlace de la trama de su telenovela favorita. Aunque su función de base sea el entretenimiento y la telenovela es concebida como un espectáculo, debido a su gran popularidad sus autores han pensado en introducir mensajes de orden social y educativo para sugerir y fomentar cambios de actitudes, de autoayuda y de superación. Especialmente en los países en vías del desarrollo, la telenovela se ha utilizado como medio de transmisión de mensajes para el desarrollo social y representa un factor de cambio ideológico positivo.

Hoy en día, la telenovela recoge y retoma conflictos, cambios sociales y políticos que pesan encima de los hombros de una sociedad, focalizándolos en la familia y en la pareja, lo que hace que la telenovela se convierta en un hecho social basado en acontecimientos inspirados de la realidad (González Rubín, 2008). Las situaciones presentadas en la telenovela tienen el fin de examinar y de denunciar, lo que constituye la gran fuente de posibles beneficios sociales de una telenovela. A través de una historia, con una cantidad de personajes y de sub-tramas, el autor hace resaltar una multitud de circunstancias que constituyen graves problemas de un país.

La telenovela empieza entonces a ser, de forma complementaria a su papel de entretenimiento, un *hecho social* (Steinberg, 1997: 21), conformador de imaginarios sociales, a través de una didáctica implícita. A este punto, el discurso de la serie de televisión podría ser analizado como un proceso de construcción social de la realidad y no sólo como un medio de entretenimiento cuyo objetivo es divertir, sin enseñar nada. En cuanto a los personajes, ellos actúan de manera natural frente a acontecimientos que no son ajenos del todo al espectador porque son inspirados de la realidad:

En efecto, si la telenovela es un género que realiza la puesta en escena de un universo coherente, signado por un sistema de valores ciertos e inmutables, donde, por ejemplo, los personajes se dividen en totalmente buenos y totalmente malos, y donde los comportamientos son inmediatamente evaluados como positivos y negativos (Bettetini *et al.*, 1997: 99).

Los guionistas juegan con los arquetipos de personajes –sobre todo las dos figuras protagónicas principales y en especial la femenina– fácilmente reconocibles por el público y con los que éste se identifica. Esta estrategia de uso de los arquetipos para

la identificación del público con los personajes de la narrativa que tiene la telenovela está desarrollada con el fin de hacer llegar los mensajes con carga social.

En la frontera de lo individual con lo social, las representaciones y las identificaciones incorporan contenidos relativos a la vida cotidiana, reorganizándolos en una forma adaptada a la fácil comunicación, dentro de un género altamente preferido por las masas. Se procede a una “familiarización” del público con el contenido, a través de “escenas matrices”, que tienen la función de contextualizar y de crear cuadros referenciales, psicológicos y sociales ya conocidos con el fin de atribuir credibilidad a los acontecimientos (Martín-Barbero, 1995a).

La telenovela cumple con la función adyacente de ofrecer soluciones para el maltrato, para la miseria, para la integración social, para los conflictos laborales, para la corrupción, para la discriminación y a otras dificultades con las que se confronta una sociedad en un cierto momento. La telenovela que desarrolla contenidos sociales permite entonces al espectador reflexionar sobre su experiencia vivida, haciéndole reflexionar sobre su propia vida y le ofrece la esperanza de que los problemas puedan ser superados y resueltos.

Un ejemplo ilustrativo puede ser el caso de la telenovela brasileña *El Clon* (2001-2002), producción de *O Globo*, que ha tenido un gran éxito en países tanto latinoamericanos como europeos. La telenovela, a parte de tener en el centro una historia de amor entre los dos protagonistas principales –que es elemento esencial definitorio del melodrama, toca problemas culturales, como la discrepancia entre el mundo árabe y el mundo occidental en términos de costumbres y educación y sociales como la ética medical en el caso de la creación de un clon humano, la inseminación artificial o el grave problema de la droga. Al mismo tiempo, intenta dar soluciones sobre cómo descartar la influencia de la droga de la vida de los jóvenes, dando información valiosa sobre distintos tipos de drogas y sus efectos nocivos sobre la salud humana.

Mazziotti y Borda enumeran una cantidad considerable de telenovelas argentinas, cuyo autor es Torres y la protagonista principal Andrea del Boca que tratan temáticas de actualidad, sobre problemas de salud sobre todo: en *Celeste* (1991, *Canal 13*) se habla sobre el SIDA, en *Antonella* (1992, *Canal 13*) se abordó el tema de la donación de órganos, la menstruación, la masturbación, el cáncer de útero o la impotencia sexual masculina. En *Celeste, siempre Celeste* (1993, *Canal 13*), se habló de la esclerosis múltiple y de los niños enfermos del síndrome de Down. *Perla Negra*

(1994-1995, *Telefe*) trató el tema del cáncer de mama y del trasplante de médula (1997: 143).

A diferencia de la telenovela latinoamericana, el *soap opera* no viene con una carga de significados sociales semejante. Su trama se construye alrededor de *sagas*, herencias, juegos de poder y otros temas similares. Estos temas no llaman la atención al público latinoamericano, donde las estructuras políticas, económicas y sociales son tan distintas, de la misma forma que al público norteamericano. La explicación puede ser el hecho de que los *soaps* son concebidos para la sociedad desarrollada norteamericana, mientras que las telenovelas se dirigen sobre todo a Latinoamérica, donde los esfuerzos para el desarrollo social se tienen que canalizar a través de todos los medios, en especial televisivos: “La gran diferencia entre *soap opera* y telenovelas se halla en sus contenidos y en la significación social que le atribuyen sus espectadores” (Vilches, 1997: 51). El melodrama televisivo, que tiene gran audiencia a nivel de toda Latinoamérica es, en consecuencia, preferido para la transmisión de los mensajes sociales. La misma idea es sugerida por Trinta, quién se refiere a las telenovelas brasileñas, pero la afirmación puede ser extendida al ensamble de las telenovelas latinoamericanas: “las telenovelas brasileñas difieren de las tradicionales telenovelas norteamericanas en su propósito (por ejemplo, un mayor énfasis en temas culturales además del simple pasar el rato)” (Vilches, 1997: 108). Resulta que las telenovelas, en tanto que género televisivo dominante para la masa de audiencia, suelen hablar de las realidades culturales y sociales que vive dicha audiencia, pero al mismo tiempo representan una panacea para olvidar los problemas cotidianos:

If novelas often draw on the harsh realities of life in parts of Latin America, their plotlines still generally devolve into sentimental fairy tales. Happy-endings are all but certain. The emotion and melodrama of the genre beg the question of whether they are anything more than distractions for the disaffected. (Martínez, 2005: 51).

Es justificado entonces el apelativo de “opio de los pobres” dado por el novelista y ensayista venezolano Arturo Uslar Pietri a la telenovela. (Pietri, citado por Martínez, 2005: 51). A partir de estas afirmaciones se puede concluir que la telenovela es un programa que permite pasar agradablemente el tiempo, pero que los mensajes

transmitidos dentro de los formatos de entretenimiento populares tienen “efectos” sociales que influyen de una manera u otra sobre el público.

Además, es significativo precisar que la telenovela es un fenómeno de la cultura de masas que ha contribuido a la reivindicación de identidades y a la integración de identidades marginadas. Volvemos a insistir aquí sobre el “drama del reconocimiento” del que habla Martín-Barbero (1995b), y que acerca al gran público de la telenovela a sus historias y sus personajes. Muchas veces, estos personajes conforman grupos marginados continuamente por la sociedad en la que viven y el público encuentra en la telenovela su propia imagen: la de unos seres excluidos de la sociedad por su condición étnica, socioeconómica o de género. La identificación genera una sensibilización de las masas debida al acercamiento. Entonces, no es por casualidad que el encuentro de los grupos marginados con la clase alta se haya convertido en el espectáculo de las telenovelas y que en ellas, estos grupos discriminados por motivos de género o etnia encuentren mayor representación en las series televisivas con temática social. Los personajes de color, por ejemplo, están escogidos como protagonistas de las telenovelas para llamar la atención sobre la discriminación y alimentar la tolerancia que se presenta como reacción correcta frente al racismo.

Así, la representación de las identidades marginadas a través de la telenovela constituye uno de los temas centrales que abordan las narrativas televisivas, además de problemas sociales de actualidad y de interés inmediato en las sociedades presentes. Todos estos temas inspirados de la realidad y enmarcados en un formato de gran éxito en términos de audiencia y con función principal de entretenimiento se dirigen directamente a las masas con el objetivo de fomentar el desarrollo social e ofrecer un medio de aprendizaje fácil.

3. La globalización en clave económica y cultural: la transnacionalización de las telenovelas hacia Europa Central y del Este

Partiendo desde una reflexión más general, la globalización facilita la circulación de información a través del globo, que se intensifica gracias a los medios masivos de comunicación. Entre ellos, la televisión y la red digital como soportes de distribución cumplen con un papel esencial. La televisión acerca al espectador a un mundo de significados abarcados por una red cada vez más global de sistemas institucionales y culturales. A raíz de la internacionalización de los contenidos de los programas, se obtienen productos culturales híbridos a través de coproducciones, para su distribución a nivel mundial (Mazziotti, 1996: 109).

Sin embargo, la noción de globalización se vuelve demasiado general a la hora de explicar procesos que se desarrollan a una escala más reducida. En este caso, consideramos que la globalización conforma el contexto en el que tienen lugar estos procesos: “to define the overall tendency of television systems throughout the world as globalization gives global phenomena too much emphasis compared with phenomena that are more precisely transnational, geocultural, or cultural-linguistic –national, regional or even local” (Straubhaar, 2007: 80). La globalización demuestra la capacidad de resaltar particularidades regionales, tal como sugiere Nederveen Pieterse: “Globalization can mean the reinforcement of both supranational and sub-national regionalism (1995: 50).

Por lo tanto, en la nueva era de la cultura televisiva, hay que tomar en cuenta que “global, regional, national and even local circuits of programme exchange, overlap and interact in a multifaceted way” (Sinclair *et al.*, 1996: 5). Basándonos en esta afirmación, en el presente capítulo exploraremos las dinámicas que se crean para facilitar estos intercambios, que impulsan el movimiento de los flujos de programación televisiva, que a su vez genera interacciones entre los actores implicados a nivel mundial. Nos centraremos particularmente en las interacciones que se crean a nivel nacional, regional y global, considerando que la fuerza motriz que impulsa la circulación de estos flujos televisivos es el proceso de transnacionalización, como sub-proceso del fenómeno de la globalización –conceptos sobre los que volveremos y que explicaremos más adelante en el presente capítulo.

Durante los años 60 y 70, la circulación internacional del flujo televisivo se caracterizó particularmente por un movimiento unidireccional, de Norte a Sur y de Oeste a Este. Los productos audiovisuales de procedencia norteamericana – particularmente películas y *soap operas*– y, en menor medida, europea, se exportaban hacia otros países a precios más bajos que los costes que supondrían su producción. Así, para los países menos desarrollados, resultaba económicamente más conveniente comprar los programas ya elaborados en lugar de producirlos. Esta asimetría indica unas desigualdades marcadas por la dicotomía países dominantes y países dominados, que emergen por un lado como productores de contenidos, mientras que otros, por otro lado, se ven sumergidos por los flujos culturales mundiales (Martel, 2012: 17).

Hoy en día, la situación cambia considerablemente gracias al desarrollo de las industrias culturales⁶³ nacionales y regionales de países emergentes de América Latina, Europa Central y del Este y Asia⁶⁴, que están consolidando una posición cada vez más firme en el mercado mundial de la televisión, aunque Estados Unidos siga dominando el mercado mundial de ventas y flujos audiovisuales: “in any case, the development of commercial genres and their success in the national, regional, and even world marketplaces represents a step beyond traditional dependence into an (admittedly commercialized) interdependence within the capitalist world system (Straubhaar, 1991: 49). Según Frédéric Martel, los aspectos de la interdependencia con Estados Unidos son complejos: “la atracción y la repulsión que el modelo estadounidense suscita, las tensiones entre una afirmación identitaria regional y una búsqueda de éxito planetario, las dificultades para defender unos valores en un mundo en el que los contenidos se están globalizando” (2012: 17).

⁶³ Resulta interesante hacer referencia a los conceptos de “industrias creativas” o “industrias de contenidos”, propuestos por Frédéric Martel en su libro reciente *Cultura Mainstream*, que incluyen la idea de los medios y de lo digital y que, según Martel, “son preferibles a la expresión demasiado connotada ya, y que hoy resulta imperfecta y obsoleta de ‘industrias culturales’” (2012: 17). Por lo tanto, dichos conceptos son una alternativa novedosa – que implica, además de productos culturales, servicios y, además de cultura, también contenidos y formatos – frente a las “industrias culturales” presentadas desde los esquemas de la cultura de masas por los teóricos críticos T. Adorno (1991) y M. Horkheimer y T. Adorno (2002).

⁶⁴ Para los casos concretos de los mercados emergentes y la evolución del desarrollo de las industrias culturales, véase Hesmondhalgh (2013).

La creciente transnacionalización de las series de ficción televisiva ⁶⁵ – principalmente de los *soap operas* y de las telenovelas– está estrechamente relacionada con el proceso de la globalización que amplía cada vez más su área de acción, llegando a los rincones más alejados del planeta.

Respecto de las telenovelas, Martínez retrata la magnitud del proceso de exportación de estas series a escala mundial, debido al fenómeno de la globalización, que las propulsa a la misma altura y visibilidad que había hecho en el caso de las películas de Hollywood:

In all, about 2 billion people around the world watch telenovelas. For better or worse, these programs have attained a prominent place in the global marketplace of culture, and their success illuminates one of the back channels of globalization. For those who despair that Hollywood dominates and defines globalization, the telenovela phenomenon suggests that there is still room for the unexpected (2005: 50).

La dinámica del género de la telenovela estuvo constantemente marcada por su circulación más allá de las fronteras de los países productores y del continente. En los años 60 y 70 esta circulación se produjo entre países del continente americano (Straubhaar, 2007), pero el acceso al mercado europeo a finales de los años 80 y durante la década de los 90 resulta de máxima importancia sobre todo para los beneficios económicos resultados de la colocación de títulos en las parrillas de programación de las cadenas televisivas europeas.

A pesar de su identificación con la baja cultura, la telenovela latinoamericana es un género –culturalmente heterogéneo, que presenta particularidades específicas al país productor, pero a la vez homogéneo, debido a su esencia melodramática, cuyo éxito de audiencia y de mercado ha traspasado las fronteras continentales. En el capítulo anterior se pudo observar cómo la telenovela sirve de soporte de representaciones y definiciones de la cotidianidad latinoamericana, que han determinado la configuración de un

⁶⁵ Por los sintagmas “ficción televisiva”, “ficción televisiva seriada” o “narrativas audiovisuales de ficción seriada”, nos referimos al género melodramático con sus dos sub-géneros: la telenovela latinoamericana y el *soap opera* norteamericano.

público que se identifica y se auto-reconoce en situaciones y en personajes que podrían ser considerados como representativos para la cultura latinoamericana.

A partir de la década de los 90, la telenovela como “objeto cultural con estatuto propio” (Verón y Escudero Chauvel, 1997: 10) transita por una etapa que se caracteriza por el ingreso de producciones de diferentes países del continente americano en los mercados internacionales. La globalización del consumo de las series televisivas tiene una profunda imbricación con las estrategias de expansión de los complejos industriales del género y con los consecuentes cambios que introducen en los mercados televisivos del mundo, muy distintos entre sí, pero, al mismo tiempo, muy receptivos frente al género melodramático, lo que demuestra su capacidad de alcance universal:

Este género se ha convertido en uno de los favoritos de las audiencias de diversas partes del mundo, incluyendo países muy lejanos y diferentes a los países latinoamericanos. El amor por las telenovelas no encontró barreras en los diferentes idiomas, ni en las diferencias culturales. Países como Rusia, Polonia, Croacia, Israel, Líbano, etc. transmitieron y continúan transmitiendo numerosas telenovelas latinoamericanas (Páramo Ricoy, 2000: 208).

Las telenovelas son, por lo tanto, un fenómeno transcultural: su popularidad “no encuentra barreras ni en las diferencias culturales, ni en los diferentes lenguajes, ni en las diferencias genéricas, ni en las generacionales” (Páramo Ricoy, 2000: 208-209).

Este tipo de narrativas seriadas encuentran terreno propicio particularmente en los países de Europa Central y del Este, en pleno proceso de autodefinición nacional, debido a los cambios impuestos por los procesos de transición. Dentro de este proceso de apertura de los mercados de esta región, se puede afirmar que la globalización es inevitable, teniendo un papel esencial en el caso de la difusión y del consumo de productos internacionales y, eventualmente, en la producción de programas nacionales siguiendo los modelos importados. Hay países donde la emisión, la circulación y la producción de telenovelas nacionales constituyen un fenómeno relativamente nuevo, como es el caso de los países de Europa Central y del Este, pero al que las audiencias incorporan inmediatamente a su vida cotidiana.

El acercamiento de Europa del Este al universo cautivador de la ficción televisiva empezó hace más de dos décadas, con la llegada a las pantallas de los *soap operas* norteamericanos y de las telenovelas latinoamericanas y se intensificó en el

contexto de las transiciones de los países de la región a la democracia. Series norteamericanas como *Dallas*, *Dinastía* (1978-1991) o *Bonanza* (1981-1989) o las latinoamericana *Esclava Isaura* (1976-1977), *Los ricos también lloran* (1979 – 1980) o *Esmeralda* (1997)⁶⁶ constituyeron un fenómeno sin precedente en las sociedades de Europa Central y del Este, hasta el punto de modificar la vida cotidiana: los *soap operas* y las telenovelas llegaron a provocar el aplazamiento de los horarios de comida y de reuniones de las juntas oficiales nacionales, para adecuarse a los horarios de sus emisiones. En poco tiempo, esta costumbre cada vez más presente en la vida de los habitantes de los países del Este se ha transformado en un fenómeno que perdura hasta hoy en día y resucita con más fuerza cada vez, al igual que el *ave Phoenix*, con cada producción local que resulta a raíz de esta influencia inicial de la ficción televisiva del continente americano. Por su enorme valor cultural, el *fenómeno de la telenovela* en Europa Central y del Este es merecedor de un estudio en profundidad, que llegue hasta sus raíces y que siga su interesante trayectoria desde la importación hasta la producción con vistas a la exportación, en uno de los mercados regionales⁶⁷ más importantes para la industria de la telenovela.

⁶⁶ La puerta de entrada de las telenovelas latinoamericanas a Europa del Este es Estados Unidos. Las telenovelas llegan a las pantallas de los países postcomunistas junto con los paquetes de programas de televisión dedicadas a los nuevos canales de televisión. El caso de la República Checa puede ser representativo, dada distribución similar de paquetes de programas para toda la zona. El testimonio de Vladimir Zelezny, director a principios de los años 90 de la estación privada de la televisión checa de alcance nacional TV Nova, es ilustrativo: “Compramos la primera telenovela dentro de un paquete de programas variados; no teníamos detalle alguno de lo que trataban. Aquí no sabíamos nada acerca de los directores, artistas, guionistas... todo era un misterio” (Sorrosa, 2001).

⁶⁷ DISCOP –fundado en 1991– es el mercado de distribución de contenidos y de programas audiovisuales de entretenimiento que culmina con encuentros regionales celebrados anualmente, donde proveedores de programas televisivos y representantes de canales públicos y privados se reúnen para vender/adquirir este tipo de programación. Destaca presencia de América Latina con sus telenovelas. DISCOP se celebra en tres grandes zonas del planeta: el Oriente Medio y el Norte de África, África sub-sahariana y Europa Central y del Este, donde representa el mercado más representativo en este sentido, donde se adquieren las telenovelas y, a su vez, se comercializan las producciones locales para su exportación a otras partes del mundo. Durante los últimos años, con el desarrollo de la producción local de telenovelas en Europa Central y del Este y sus flujos de exportación, esta feria ha conocido un crecimiento sin precedente (“DISCOP”, s.f.)

3.1 Estudios de la evolución de los flujos de series de ficción televisiva antes y después del periodo comunista en Europa Central y del Este

Antes de centrarnos en los flujos de ficción televisiva que se dirigen hacia Europa Central y del Este, con particular enfoque en el caso de Rumania, conviene hacer un repaso de los estudios existentes que tratan del tema y que son relativamente recientes. Es relevante detenernos brevemente sobre la idea de “flujo de ficción televisiva”, que es empleada en esta tesis para explicar la circulación de las telenovelas en el contexto de la globalización cultural, particularmente desde América Latina hacia Europa Central y del Este. Dado que el uso de esta noción en la literatura en lengua española es bastante escaso y con el fin de explicar su significado a lo largo del tiempo, resulta necesario indagar sobre los orígenes del término, que se remontan a los años 70, en Estados Unidos.

En cuanto a la definición del concepto, una que se ajusta para nuestro estudio es la de Albert Moran:

The idea of flow is a valuable one because it joins verb and noun together. It unites carriage and content. Flow may be thought as movement, as the activity that pushes an entity from one place to another, creating or using a channel or stream. Flow may also be imagined as an object, as an entity or content that undergoes such displacement. In other words, the idea of television flow can be seen to join the notion of transportation with that of communication” (Moran, 2009b, 12-13).

La atención académica arroja luz sobre el tema de la circulación de programas televisivos, su importación desde el occidente y su colocación en la programación de los nuevos canales televisivos casi 20 años después de la implementación de los nuevos proyectos de leyes mediáticas en los países ex-socialistas. Durante los años 70 y 80, los flujos internacionales y globales de televisión son caracterizados por primera vez por la metáfora de “one-way flow” o “one-way street” (Nordenstreng y Varis, 1974), que hace destacar la desigualdad en la circulación de los programas televisivos, siendo Estados Unidos el actor principal y dominante del mercado internacional audiovisual. Exceptuando la investigación de Biltereyst y Meers (2010) con respecto al debate internacional en torno a la telenovela, que ofrece un panorama bastante elaborado sobre

los flujos internacionales de programación televisiva también en Europa Central y del Este, los estudios comparativos han dejado inexplorada esta zona, centrándose más en Estados Unidos y en Europa Occidental, tal y como lo han hecho Hallin y Mancini (2004) en cuanto al análisis de los diferentes modelos de sistemas mediáticos. En todo caso, algunos trabajos valiosos, más específicos y anclados en los territorios nacionales se han efectuado particularmente por nativos de algunos de los países ex-socialistas⁶⁸. Gracias a la proximidad lingüística y cultural, los respectivos investigadores han logrado describir, desde una perspectiva empírica, por un lado, los procesos de circulación de los flujos de programas televisivos a nivel global –específicamente de ficción televisiva seriada, y, por otro lado, la producción local de contenidos audiovisuales.

Si Albert Moran (2009b) se aproxima a la idea de “TV flows” de una forma más generalista, enfocada a las dinámicas que se crean entre los mercados televisivos a nivel mundial, en sus estudios recientes, Václav Štětko (2012a; 2012b) examina los procesos de circulación de flujos de programación televisiva del Oeste hacia el Este, analizando las evoluciones en las preferencias de los públicos televidentes en los estados de Europa Central y Oriental, miembros de la Unión Europea. Sus trabajos, pioneros en este sentido –por su perspectiva comparativa y por referirse a los países desde sus respectivas diferencias y sus complejidades– se centran en el curso histórico de internacionalización de la programación durante las dos últimas décadas y en la cantidad y la popularidad de producción local frente a los programas importados. Se presta especial atención a la difusión de los formatos televisivos y la consecuente popularidad alcanzada frente las audiencias. La circulación de los formatos y de los modelos de producción hacia los países de Europa Central y del Este demuestra una tendencia general hacia la transnacionalización del paisaje televisivo de la región, a principios del siglo XXI. A través de la mirada descriptiva, comparativa y generalista que ofrecen sobre el paisaje mediático de la zona, las dos investigaciones de Štětko son

⁶⁸ Algunos estudios de referencia, que sirven para ilustrar la evolución de los flujos de programación televisiva desde los inicios de las transiciones en Europa Central y del Este hasta la actualidad son los trabajos de Štětko (2012a; 2012b), que, ofrecen un panorama generalizada de la región de Europa Central y del Este, dada la similitud entre los países de la región generada por los procesos transicionales que se han concretado de formas parecidas en muchos ámbitos de la sociedad. El trabajo de Vujnovic (2008) se ve más enfocado en el caso de la producción de telenovelas croatas, pero también ofrece una breve introducción sobre la llegada de las telenovelas latinoamericanas en otros países de la región.

muy sugerentes y sirven de modelo para la aproximación y la profundización en el caso de Rumania en cuanto a las lógicas de transmisión de los programas de entretenimiento importados y del comienzo de la producción local de telenovelas rumanas.

Basándose en las actividades de exportaciones intensivas llevadas a cabo por *Televisa* en México y por *TV Globo* en Brasil, los investigadores J. Schement y E. Rogers (1984) invierten la teoría del imperialismo mediático (Mattelart, 1977, 1978, 1990; Schiller, 1971; Wells, 1972) como paradigma de la hegemonía cultural americana –según la cual el mercado audiovisual europeo está dominado por producciones de origen norteamericano⁶⁹ (Nordenstreng y Varis, 1974; Varis, 1986)– por un “imperialismo mediático invertido”⁷⁰ (Schement y Rogers, 1984). Suponemos que esta relación mediática compleja y de complementariedad, que explica la coexistencia de un contra-flujo –*contra-flow* explica la llegada de las series de ficción televisiva latinoamericana a los mercados norteamericanos y, más adelante en el tiempo, a los

⁶⁹ El término de “imperialismo cultural”, popular en los años 70 y a principios de los años 80, es una “metáfora evocadora” de una serie de cuestiones relacionadas con: 1) la imposición de productos culturales occidentales en los mercados non-occidentales; 2) los efectos homogeneizadores de la cultura occidental en el mundo; 3) la aniquilación de las tradiciones autóctonas por las influencias de las industrias culturales. (Sreberny, 1997: 49). En uno de los análisis los más detallados sobre la internacionalización de las industrias culturales, *The Global Media* de Herman y McChesney (1997), el término de “globalización” – acunado posteriormente por investigadores como Giddens (1991) y Robertson (1990), está referido como un concepto relacionado con el imperialismo cultural, aunque con menos carga hegemónica que el “imperialismo cultural”.

⁷⁰ Tomando en cuenta el hecho de que la aparición de los *soap operas* fue anterior a la de las telenovelas, podríamos asumir que el fenómeno que caracteriza el movimiento de exportación de los *soap operas* a América Latina se construye como una *continentalización vertical*, que ilustraría la idea de “imperialismo mediático”. Si partimos de la teoría que en un principio los *soap operas* se emiten en América Latina y terminan inspirando la producción de telenovelas, entonces podemos afirmar que esta *americanización* se puede comparar con la *latinización* de los Estados Unidos, debida a la exportación de las telenovelas a Estados Unidos, debida a la alta inmigración de latinoamericanos a esta parte del continente. A través de este intercambio, las interacciones entre el mundo angloparlante y el mundo hispanoparlantes se vuelven menos esquemáticas y más complejas. En este caso, la *continentalización vertical* se produce en los ambos sentidos, generando un intercambio en el consumo del *soap opera* y de la telenovela, que se circulan al mismo tiempo, del Norte al Sur y viceversa en el continente americano. Podemos afirmar entonces que la *continentalización* de la telenovela precede el proceso de transnacionalización de la misma hacia los mercados de Europa, Asia y África y que, en nuestro caso, consigue reflejar lo que Appadurai llama *contra-flow*.

mercados europeos. Profundizando en la idea de *contra-flows*, Appadurai (1990) los percibe como parte de la economía cultural global, que es estructurada de una forma compleja, sobrepuesta y disyuntiva. Este orden disyuntivo es generado por la interacción de cinco elementos interconectados, que actúan de una forma complementaria: “the conditions under which the current global flows take place are through the growing disjunctures between ethnoscaples, technoscaples, finanscaples, mediascaples and ideoscaples. People, machinery, money, images, and ideas now follow increasingly non-isomorphic paths.” (1990: 301).

En los años recientes, la complejidad de la problemática relativa a los flujos de programación mediática analizada por Appadurai aparece revisitada y reactualizada en el libro *Media on the Move: Global Flow and Contra-Flow* (2007). El profesor de comunicación internacional, Daya Kishan Thussu, realiza en este libro una cartografía actual, siguiendo la movilidad de los programas televisivos en el contexto de la globalización. Así, después del trabajo de Appadurai —que identificó una serie de elementos implicados en la circulación de los flujos de programas a nivel global, limitada en gran parte a un movimiento vertical, desde Estados Unidos a América Latina y viceversa— el libro de Kishan Thussu sitúa en el mapa del mundo los nuevos mercados hacia los que se dirigen los flujos de programación. El eje norte-sur se complejiza a través de “Easternization and South-South flows” (Nederveen Pieterse, 2004b: 122), que Kishan Thussu llama “‘subaltern’ contra-flows”, que se dirigen desde América Latina hacia Europa del Este, Asia, África y el mundo árabe (2007: 23). La diversificación de las orientaciones de los flujos de telenovelas que se “transnacionalizan”, siendo impulsados por la globalización, implica la aparición de los nuevos actores de los mercados internacionales emergentes. “Dominant flows” (Varis, 1984) y “contra-(subaltern) flows”⁷¹ abarcan una zona geográfica amplia, habitada por pueblos muy diversos culturalmente, lo que requiere una aproximación desde un enfoque geo-cultural: “The imbalance between the ‘dominant’ and the ‘subaltern’ and

⁷¹ Dentro de una relación mucho más compleja de transnacionalización de los flujos de programación televisiva, “dominant flows” reemplaza el más sencillo “TV flows” y se refiere sobre todo a los productos audiovisuales provenientes de Estados Unidos, mientras que el concepto “contra-(subaltern) flows” es una estructura más complicada por el proceso de la globalización, que abarca tanto el movimiento de los programas televisivos producidos en América Latina hacia Estados Unidos, inicialmente llamado por Appadurai “contra flow”, como la circulación de la programación, especialmente de telenovelas, desde América Latina, tanto hacia Estados Unidos, como hacia el resto del mundo.

‘geo-cultural’ global media flows reflects the ‘asymmetries in flows of ideas and goods’ (Kishan Thussu, 2007: 25). Joseph Straubhaar (2007) consigue una descripción minuciosa de las regiones y de los mercados lingüístico-culturales y geo-culturales frente a la transnacionalización.

A nivel de reflexión empírica sobre las tendencias culturales de los mercados televisivos de la ficción en el contexto de la globalización cabe destacar la contribución del *Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OBITEL)* que analiza detenidamente las dinámicas que se crean entre mercados globales y contextos nacionales (Vilches, 2009).

Después de una incursión temporal en los estudios dedicados a la circulación de la programación televisiva a nivel mundial, mostrando la difusión asimétrica de la programación televisiva, nos enfocamos hacia trabajos que tratan de la situación de los medios de comunicación en Europa Central y del Este y del impacto de la política en la evolución de los medios. Dana Mustăţă, cuyo estudio se articula alrededor del impacto de la política en lo que concierne el análisis de la evolución de los medios de comunicación en Europa Central y del Este y, particularmente, en el caso de Rumania, enfatiza el hecho de que el papel de la política ha sido excesivamente desarrollado en los estudios sobre la televisión en la zona. Según su percepción, esta perspectiva histórica y política un tanto “reduccionista” no ha permitido una visión objetiva sobre los medios propiamente dichos, por el espectro del protagonismo de los regímenes comunistas (Mustăţă, 2012: 132). De hecho, según la observación de Štětka, el grado de presencia de los programas televisivos occidentales en los distintos países de Europa Central y del Este no está necesariamente relacionado con la situación política en determinados momentos (2012b: 110).

El papel central de la política en la evolución de los medios de comunicación en los países ex-socialistas es justificado y comprensible, aunque éste no sea el único determinante. Los eventos políticos impactaron sobre todo en el proceso de desarrollo de los medios de comunicación a nivel local, lo que ocurrió de distintas formas, según el país. Además del factor político, otros factores específicos al funcionamiento y al avance de los medios audiovisuales como el tecnológico, el profesional y el institucional han sido claves para conceptualizar el estado de los medios audiovisuales en los países de la región (Mustăţă, 2012: 132).

Aunque la importación de contenidos audiovisuales haya incrementado sobre todo debido a los cambios sistémicos que se dieron en los países a finales de los años

80, cabe precisar que hubo circulación de programación audiovisual proveniente del occidente, que fue anterior de la caída del comunismo, contrariamente a los mitos que hacían referencia al impenetrable *Telón de Acero* (Štětka, 2012a).

Los años 2007-2008 han sido prolíficos en investigaciones en el campo de la comunicación, cuyo foco de preocupación ha sido representado por los procesos de circulación de flujos mediáticos a nivel internacional. Straubhaar (2007), Tunstall (2008) y McMillin (2007) se encargan de ofrecer una visión generalizada de la situación en el mundo, con enfoque en Estados Unidos, pero sin incidir mediante un análisis profundizado en la situación de los medios de comunicación en Europa Central y del Este. Aunque Štětka realice, a una distancia temporal de más de dos décadas desde la caída del comunismo, un intento de aproximación desde una perspectiva comparativa al entorno mediático actual de la zona (2012a), se echa en falta un análisis comparativo que ofrezca una visión panregional y sistemática, que vaya más allá de los trabajos altamente descriptivos de los mercados mediáticos nacionales.

Las investigaciones existentes están enfocadas particularmente a casos nacionales, ofreciendo en menor medida una visión comparativa de varios países. Los estudios comparativos más amplios que se han llevado a cabo dejaron sin explorar la parte de Europa Central y del Este. Esta región constituye un punto de inflexión de trabajos muy recientes que dejan ver una tendencia muy actual en investigaciones que se están desarrollando en los momentos presentes, a los que la presente tesis pretende sumarse.

3.2 La transnacionalización de las narrativas audiovisuales de ficción seriada como sub-proceso del fenómeno de la globalización

La era digital en la que vivimos ha integrado a la telenovela en los circuitos internacionales a través de procesos impulsados por la globalización. Relacionando globalización y cultura a través de los espacios transnacionales creados, el sociólogo alemán Ulrich Beck afirma, como uno de los más importantes teóricos del fenómeno de la globalización, que “el concepto de *globalización* se puede describir como *un proceso* [...] que crea vínculos y espacios sociales transnacionales, revaloriza culturas locales y trae a un primer plano terceras culturas” (2008: 36).

Resulta necesario mencionar que, para el caso de los países en transición democrática, el proceso de globalización mediática pasa por diferentes etapas, clasificadas, de forma general, por Terhi Rantanen (2001) como: (1) “emerging globalization”, una fase incipiente caracterizada por el ingreso paulatino de contenidos y de tecnología a finales de los años 80, seguida por una (2) “increasing globalization”, que se manifiesta a través de un aumento en el consumo de productos globales mediáticos durante la década de los 90; la “declining globalization” interviene en el momento cuando la importación de productos audiovisuales del extranjero disminuye, a principios de siglo XXI, para dejar lugar a las productoras nacionales para generar programas locales destinados al consumo de la población de un país, en este último caso generándose un estado de cierto equilibrio entre los productos importados y realizados a nivel local. Aunque Rantanen se refiera al caso específico de Rusia, dadas las similitudes en el avance de los países ex-socialistas en el camino de la democracia, consideramos que las distintas etapas de la globalización pueden aplicarse también a los otros países de Europa Central y Oriental.

Las fases de la globalización mediática expuestas de forma general por Rantanen y divididas en tres fases: incipiente, de desarrollo y de declive, son perfectamente ilustradas por Tunstall (2008), quien la relaciona a la transnacionalización de los flujos televisivos. Así, según el sociólogo inglés, las exportaciones de programas televisivos procedentes desde Estados Unidos llegaron a los países de Europa Central y del Este en olas sucesivas. Hasta mediados de los años 80, los canales comerciales eran poco numerosos en la región y, por lo tanto, la cantidad de programas importados era baja. La siguiente década experimentó un aumento en el número de canales privados, lo que atrajo un flujo más significativo de programas. A principios del siglo XXI, la tendencia disminuye, debido a la producción nacional emergente, que reemplaza parte de los programas importados (2008: 250).

3.2.1 Lógicas del alcance internacional de la programación televisiva y su presencia en Europa Central y del Este

El investigador suizo Giuseppe Richieri enumera tres fenómenos que, conjugados, contribuyen a explicar la penetración de programas televisivos internacionales, en especial de series de televisión norteamericanas y latinoamericanas en Europa Central y

del Este. En primer lugar, el “proceso de unificación europea” impone a la actividad televisiva una mayor interacción con los socios comunitarios⁷². En segundo lugar, el factor económico va de par con el proceso de globalización del mercado, que impone a los operadores televisivos nacionales una mayor capacidad competitiva, tanto a nivel europeo como extra-europeo. Por lo último, el investigador hace referencia a la naturaleza técnica que impulsa el desarrollo de nuevos soportes que favorecen la emisión y la recepción de canales de televisión en el ámbito internacional (1994: 39).

Aplicando la lógica de Richieri en el caso de Europa Central y del Este, constatamos que la “internacionalización” de los programas televisivos hacia esta región se hizo en el contexto socio-político de las transiciones democráticas, anteriores y posteriores a la adhesión de algunos de los países a la Unión Europea, lo que justifica hablar del “proceso de unificación”. La influencia internacional es visible tanto desde el punto de vista de las estructuras de propiedad –y aquí nos referimos a la existencia de múltiples grupos mediáticos presentes en los mercados audiovisuales de estos países– como desde el contenido de los programas, altamente influido por los flujos de comunicación global y por las corrientes dictadas por las estructuras económicas globales: la demanda de ciertos géneros genera más producción de ciertos programas para cumplir con las exigencias del público. Por consiguiente, la globalización juega un papel importante en este proceso de internacionalización de los contenidos televisivos y particularmente de las series de ficción televisiva norteamericanas y latinoamericanas, muy demandadas en esta zona de Europa.

La globalización cultural tiene la capacidad de determinar procesos de homogeneización y de heterogeneidad (Featherstone, 1990; McChesney, 1999), que se convierten en una problemática central de las interacciones globales de hoy en día (Appadurai, 1996: 32). En este sentido, García Canclini (1990) considera en *Culturas*

⁷² Aunque Richieri reclame la existencia de una interacción con los socios comunitarios y que este aspecto contribuya de una forma positiva para facilitar la internacionalización de la programación televisiva, dicha interacción no se aplica necesariamente en el caso de los países de Europa Central y del Este en cuanto a la importación de series de ficción televisiva norteamericana y latinoamericana. Según esta observación, consideraremos, por lo tanto, el aspecto de la “unificación europea” desde la perspectiva de la integración en la Unión Europea de algunos de los países de la región, bajo unas leyes reguladoras de los contenidos importados y producidos en los países miembros que se aplican individualmente en cada país (véase Martín *et al.*, 2011). Sin embargo, se tiene que reconocer una trayectoria similar en el caso de estos países, generada por su pasado común socialista.

híbridas que la globalización se constituye como un conjunto de procesos de homogeneización⁷³ y a la vez de fraccionamiento del mundo, que reordenan las diferencias y las igualdades sin suprimirlas, lo que nos hace afirmar que la globalización es un fenómeno benéfico para la telenovela. En la misma línea de Canclini, Páramo Ricoy hace referencia en su estudio *Globalización, televisión y telenovelas: el caso mexicano*, a las múltiples vertientes de la globalización, destacando el papel –que ella denomina “vital”– de los medios de comunicación dentro del proceso de la globalización. Por otro lado, dentro del esquema global –local, la investigadora trae a colación la idea de que las telenovelas se constituyen como un mecanismo de defensa de las culturas locales, contra de la amenaza de la globalización (2000: 198). Además, añade que el género de la telenovela podría ser considerado como una parte de lo que se ha dado por llamar la “globalización cultural” (2000: 208).

Straubhaar, sin embargo, distingue entre globalización y homogenización, afirmando que “globalization is not equal to global homogenization. While cultural forms, particularly those related to consumption within capitalist societies, diffuse globally, they tend to be adapted locally” (1997: 288).

Durante su ponencia en el coloquio internacional de Montreal de 2002, sobre “globalismo y pluralismo”, Martín-Barbero se refiere a la “globalización en clave cultural”, desde la perspectiva latinoamericana. Según el investigador, la clave de la globalización cultural en Latinoamérica es la telenovela misma como “un particular lugar de cruces entre la televisión y otros campos culturales como la literatura, el cine, el teatro” (2002: 21). La telenovela representa en Latinoamérica, según Martín-Barbero, “el género mediático que más densos entrecruces presenta de las matrices culturales populares con los formatos industriales” (2002: 20). Así, industria y producto –cultura y consumo– son determinados por la estrecha relación entre globalización y economía que constituye una de las claves de la comprensión de todo un fenómeno que es la telenovela en sí.

⁷³ Desde una perspectiva política y económica, relacionada con la globalización y con la homogenización de los productos mediáticos, Appadurai deja clara la diferencia entre la globalización y sus procesos homogeneizadores: “The globalization of culture is not the same as its homogenization, but globalization involves the use of a variety of instruments of homogenization (armaments, advertising techniques, language hegemonies, clothing styles and the like), which are absorbed into local political and cultural economies, only to be repatriated as heterogeneous dialogues of national sovereignty, free Enterprise, fundamentalism, etc. in which the state plays and increasingly delicate role” (1990: 307).

Desde un enfoque económico hacía los países de Europa Central y del Este después de 1989, la apertura de los nuevos mercados en las condiciones de los procesos de privatización y de la liberalización –como resultado de las transiciones mediáticas– crea condiciones favorables para la llegada de nuevos programas televisivos que se introducen en las parrillas de los canales de televisión:

El fenómeno [de la internacionalización de la televisión] adquiere relevancia cuando los monopolios son sustituidos por situaciones de mercado y crece la competencia entre las empresas. Nacen nuevos canales, entran en liza nuevos operadores guiados por objetivos económicos, aumenta rápidamente la oferta de programas, crece el uso de la televisión [...] (Richieri, 1994: 40).

El proceso de digitalización y de convergencia tecnológica, además de la reestructuración de los sistemas mediáticos en los países postcomunistas, contribuyen a la intensificación de los flujos transfronterizos de productos culturales. La amplia oferta de programación determina una fragmentación de las audiencias, lo que dificulta la inversión de altos presupuestos por los canales de televisión para la realización de productos de ficción local, haciéndoles optar por productos baratos y por adaptaciones de formatos.

Una vez superadas las brechas tecnológicas (el tercer aspecto en el camino de la internacionalización mencionado por Richieri), a principios de 1990 se introduce la radiodifusión vía satélite y por cable en el paisaje audiovisual de Europa Central y del Este. La llegada de los programas televisivos fue determinada por la desregularización del sistema televisivo, que implica la apertura a la televisión privada y comercial y “el desmantelamiento de los tres monopolios tradicionalmente mantenidos por las entidades estatales de servicio público: de producción, de programación y de difusión” (Bustamante, citado en Mazziotti, 1996: 136).

Este proceso facilitó la integración de esta parte de Europa en el sistema mediático mundial y dentro de los circuitos transnacionales de los flujos de comunicación. Es notable la expansión de los países de Europa occidental hacía los países de Europa Central y del Este. Según Esser, el proceso reversible no tendría lugar antes de que las industrias nacionales lleguen a ser lo suficientemente potentes como para realizar sus propias producciones que experimenten el éxito en los mercados nacionales (2002: 14).

La transmisión por satélite permitió la transcendencia de las fronteras nacionales, poniendo fin a las limitaciones espaciales y permitiendo una transmisión paneuropea. Los canales privados que aparecieron en el continente europeo y que requirieron de programas de televisión económicos, atrajeron a inversores internacionales, aunque en este caso la tendencia no fue en la misma medida paneuropea, sino más bien “americanizadora”, materializada a través de emisoras localizadas en países y zonas lingüísticas (Esser, 2002: 14). En cuanto a la distribución audiovisual y la expansión de los sectores de producción nacionales, fueron las empresas estadounidenses quienes dieron el tono e impulsaron los dos procesos. Series de televisión como *Beverly Hills 90210* (1990-2000), *Baywatch* (1989-2001) o *Saved by the Bell* (1989-1993) tuvieron éxito en muchos países europeos, atrayendo sobre todo a un segmento de población mayoritariamente joven.

Basándonos en las reflexiones de Richieri sobre el proceso de unificación europea, junto a los considerantes económicos y tecnológicos aplicados a los países de Europa Central y del Este, se puede afirmar que la transnacionalización de la telenovela que se cristalizó como fenómeno a escala mundial en la década de los 80 está determinada por la globalización. La transnacionalización está vista, por lo tanto, como “sub-proceso” de la globalización: “La transnacionalización es, por supuesto, una característica intrínseca a la globalización, en donde la tendencia es la presencia de rasgos de lo que se puede llamar conciencia global” (Páramo Ricoy, 2000: 193).

3.2.2 Transnacionalización versus internacionalización

Al hablar de los términos de transnacionalización, internacionalización y globalización, relacionados a la circulación a nivel global de los flujos de programación televisiva, conviene explicar los significados que recubren en la presente tesis, que serán clave para la comprensión de la idea que conllevan –de “transportación” de los contenidos televisivos entre dos continentes.

Cabe destacar entonces los matices que suponen los usos de estos tres términos: “globalización”, “transnacionalización” e “internacionalización”. En este sentido, el estudio de Chalaby (2005a) sobre los tres conceptos constituye una base sólida para nuestro estudio, junto a los trabajos de Esser (2002), Hannerz (1996) e Iwabuchi (2002).

Acordamos con Daniel Mato (2001) en que la globalización de la telenovela como producto cultural impulsa el consumo de los productos generados por la industria de la telenovela, lo que determina un crecimiento constante a escala planetaria, a raíz de su demanda. Consideramos, además, que el fenómeno de la globalización facilita la circulación de las telenovelas mediante el sub-proceso de transnacionalización: “globalization processes have drastically facilitated the transnational cross-fertilization of popular cultural forms in many parts of the world” (Iwabuchi, 2002: 17). Según Mato, la transnacionalización de la industria de telenovelas constituye, desde las lógicas del mercado, el desarrollo de relaciones de producción y procesos de trabajo entre empresas productoras situadas en diferentes países (2001: 3). Desde la misma óptica de la práctica económica, Andrea Esser afirma que las tendencias de transnacionalización y las de comercialización están relacionadas en el sentido en que es el sector comercial el que dinamiza las operaciones de introducción de la televisión privada en Europa en los años 90 (2002: 15).

Featherstone se aproxima a la transnacionalización mediante la globalización, vista como “cultural integration and disintegration processes which take place not only on an inter-state level but processes which transcend the state-society unit and can therefore be held to occur on a transnational or transsocietal level” (1990: 1).

McQuail define la “transnacionalización” como “the increasing transborder flow of services and programmes and the increased exposure of audiences to an imported media culture” (1995: 195). El concepto de “transnacional”, en la opinión de Rouse, consigue reconciliar lo nacional con lo global, resituando lo nacional en el contexto de la globalización:

Transnational cultural flows neither fully displace nationally delineated boundaries, thoughts, and feelings, nor do they underestimate the salience of the nation-state in the process of globalization. Rather, it might more often than not be the case that “the transnational has not so much displaced the national as resituated it and thus reworked its meanings (1995: 380).

La aproximación de Rouse nos parece muy acertada para el proceso de transnacionalización de las telenovelas latinoamericanas hacia los países de Europa Central y del Este y la retomaremos también para el caso de las producciones locales de

telenovelas a partir de los modelos latinoamericanos, que preservan su sabor local, resituándolo dentro de las nuevas estructuras globales.

Desde la óptica de Chalaby, la palabra “transnacionalización” resulta más adecuada para los estudios sobre la televisión en el ámbito internacional que la “globalización”, encajando más con los procesos complejos que se dan en las sociedades actuales:

The transnational media order belongs to this emerging context, challenging boundaries, questioning the principle of territoriality and opening up ‘from within’ the national media. New media practices and flows are shaping media spaces with built-in transnational connectivity, creating contemporary cultures pregnant with new meanings and experiences (2005b: 32).

Para el antropólogo social sueco Hannerz, el término “transnacional” es más “humilde” y parece más ajustado a un fenómeno que puede variar en cuanto a escala y distribución, comparado con “global”:

I am also somewhat uncomfortable with the rather prodigious use of the term globalization to describe just about any process or relationship that somehow crosses state boundaries. In themselves, many such processes and relationships obviously do not at all extend across the world. The term “transnational” is in a way more humble, and offers a more adequate label for phenomena, which can be of quite variable scale and distribution, even when they do share the characteristic of not being contained within the state (1996: 6).

Refiriéndose a los flujos de cultura popular japonesa en Asia, también Koichi Iwabuchi prefiere emplear el concepto de “transnacionalización” en vez del de “globalización”. En la opinión del investigador japonés,

[...] the term transnational draws attention in a more locally contextualized manner to the interconnections and asymmetries that are promoted by the multidirectional flow of information and images, and by the ongoing cultural mixing and infiltrations of these messages; it effectively disregards nationally

demarcated boundaries both from above and below, the most important of which are capital, people, and media/images (2002: 17).

Esser justifica su preferencia por el término de “transnacionalización” en vez del de “internacionalización” –con la que coincidimos en nuestro caso– afirmando que el primero resulta más adecuado, incluso que el de “globalización”: “The term transnationalization, therefore, better reflects the uneven pattern of the phenomenon of the world-wide expansion of companies and their offerings” (2002: 14), relacionándolo con la extensión de la presencia de los conglomerados multinacionales⁷⁴ propietarios de las filiales de los nuevos grupos mediáticos conformados en territorios nacionales, tales como son los nuevos mercados de Europa del Este.

Consideramos que el uso de la “transnacionalización” en tanto que sub-proceso del fenómeno de globalización y como término más complejo que reúne lo nacional con lo global, es, por lo tanto, el más adecuado para designar la llegada y la presencia de las telenovelas en Europa Central y del Este. A parte del producto audiovisual en sí, comprendemos por “presencia” también la existencia de las compañías productoras y distribuidoras de telenovelas en la zona, como por ejemplo la *Central European Media Enterprises (CME)*. Sin embargo, la palabra “internacionalización” será empleada estrictamente para designar el proceso más sencillo de la circulación del producto como tal, de exportación –de una telenovela o de un *soap opera*– sin referirnos necesariamente a todo el mecanismo que se encuentra detrás de su producción o de su distribución.

3.2.3 Las regiones cultural-lingüísticas y geo-culturales frente a la transnacionalización

Llevando el análisis del concepto de transnacionalización más allá de su sentido práctico que se refiere a las relaciones inter-empresariales de producción y de comercialización de productos audiovisuales, Joseph Straubhaar indaga en los aspectos

⁷⁴ Es ilustrativa la amplia presencia en Europa Central y del Este de la compañía mediática *Media Group (DMG)*, anteriormente llamada *Yair Dori Media Group*, basada en Israel, que opera 18 canales de televisión, entre cuales 3 de telenovelas. *Romantica TV* es uno de estos 3 canales y es casi omnipresente y dedicado en exclusividad a la difusión de telenovelas en la región (“Dori Media”, n.d).

culturales y lingüísticos de los mercados generados a raíz de los antiguos imperios coloniales o de las migraciones y asentamientos masivos de poblaciones en distintas partes del planeta. El investigador norteamericano llama la atención sobre la tendencia que se observa en el caso de la televisión, de conformación de regiones lingüístico-culturales⁷⁵, geo-culturales y transnacionales, que adquiere una importancia crucial, similar a la de la globalización (Straubhaar, 2007: 7; Hesmondhalgh, 2013: 277-278).

La raíz de la existencia de estos mercados lingüístico-culturales específicos está en una “red de significaciones” que se generan a partir de elementos étnicos compartidos, lenguajes, religión e historias políticas, económicas y sociales compartidas (Geertz, 1973:5).

Straubhaar establece y detalla esta “red de significaciones” mencionada por Geertz, dividiendo sus componentes en varios grupos de referencia:

Beyond language, however, such markets are also defined by history, religion, ethnicity (in some cases) and culture in several ways: (1) shared identity, gestures, and nonverbal communication; (2) ideas of what is considered funny or serious or even sacred; (3) clothing styles; (4) living patterns; and (5) climate influences and other relationships with the environment (2007: 107).

Volviendo a Europa Central y del Este y mirando la globalización desde una perspectiva geopolítica, constatamos, de acuerdo con Jakubowicz y Sükösd (2008: 28), que la mayoría de los países post-comunistas de Europa Oriental buscaron un reencuentro de identidad con Europa, tal como anticipaba Richieri (1994).

De acuerdo con el estudio llevado a cabo por Peruško y Popović, el aspecto regional, configurado por cierta uniformización conferida por la influencia comunista, es más visible en los países de Europa del Este, salidos de la influencia de la Unión Soviética, que en los países de Europa Occidental (2008: 183). Suponemos que una de las teorías que podría explicar el acercamiento diferenciado después de 1989 de los países geográficamente más lejanos o cercanos al Occidente es la “teoría de la proximidad” de Straubhaar (1991), relacionada al impacto de la transnacionalización en los mercados configurados por características lingüístico-culturales y geo-culturales. Estos factores culturales determinan el nivel de éxito de cierto tipo de programas frente

⁷⁵ Sinclair (1999) empleó el sintagma “región geolingüística” para referirse a un concepto similar.

a otros en los mercados donde se exportan: “While diverse local, regional and national cultural webs clearly exist, so does a broader one that is shared among subgroups sharing cultural attributes in common” (Wilkinson, K., 2003).

Más adelante en el tiempo, Straubhaar (2007) desarrolla el concepto de proximidad cultural para explicar el éxito de las telenovelas latinoamericanas en los mercados internacionales. Según el investigador norteamericano, la naturaleza de los mercados cultural-lingüísticos, que se establecen según criterios de proximidad cultural, ayuda a explicar el éxito de las telenovelas en América Latina o en mercados afines lingüísticamente (Straubhaar, 2007: 195).

Así, se justifica el éxito de las telenovelas en España y en Portugal a través de los vínculos culturales que existen con estos países, desde su condición de antiguas colonias. Los mismos vínculos se pueden establecer entre el Reino Unido y Estados Unidos, donde los flujos transnacionales de programación televisiva son facilitados por el elemento común idiomático al que se añaden otros considerantes de orden cultural, que los acercan.

A partir de los factores lingüísticos, es interesante mencionar el hecho de que las telenovelas brasileñas dobladas al español son mejor recibidas en América Latina que las series norteamericanas *Dallas* o *Dinastía* (Straubhaar y Viscasillas, 1991).

Además de España y Portugal, cuya importación de telenovelas radicaba también en la proximidad cultural debida a su cualidad de mercados cultural-lingüísticos (Straubhaar, 2007), el ejemplo de un país occidental europeo muy receptivo frente a la telenovela ha sido Italia, ella también vinculada en cierta medida –aunque no tan estrechamente como en el caso de antiguas colonias– con el continente americano, a raíz de factores históricos. Straubhaar explica el caso concreto de la proximidad entre los italianos del Sur de Italia y ciertos aspectos de la historia de Brasil a través de un vínculo relativo a la inmigración italiana en Brasil (2007: 196) que, igual que en el caso de la inmigración italiana a Argentina, surgió a finales del siglo XIX, en las condiciones de las políticas de inmigración implementadas por estos países para atraer fuerza laboral. La inmigración italiana en Brasil por motivos laborales sirvió de inspiración a Benedito Ruy Barbosa, autor del guión para la telenovela brasileña *Terra Nostra* (1999-2000, *O Globo*), ambientada en Brasil en 1888, que cuenta el romance entre Giuliana y Matteo, dos jóvenes italianos que se fueron en búsqueda de una vida mejor a este país latinoamericano.

En Italia, la aparición repentina de las telenovelas es mencionada como un fenómeno de proporciones: “Cuando las telenovelas aparecieron por primera vez en los televisores italianos y europeos –a principios de la década del ochenta–, surgieron de repente como un género singular” (Bettetini *et al.*, 1997: 87). Además, “para satisfacer la creciente demanda de programas de ficción, las diversas organizaciones de televisión se aventuraron fuera de la esfera tradicional angloamericana. [...] Ello dio lugar a que las producciones latinoamericanas hayan adquirido una *situación* relativamente ventajosa en el mercado italiano” (Larsen, 1992: 16).

En el capítulo *Non plus ultra: Latin Geolinguistic Markets and their Limits*, John Sinclair (1999:152) señala dos fases de exportación de la telenovela latinoamericana, obedeciendo a las lógicas de las regiones geo-lingüísticas. En la primera fase, que corresponde a la teoría de la proximidad cultural, la exportación se dirigió hacia mercados que compartían rasgos culturales y lingüísticos similares a los países productores. En base a estos rasgos fueron desarrolladas las estrategias de los programas de exportación. *Globo* de Brasil se dirigió principalmente hacia Portugal, mientras que la productora mexicana *Televisa* orientó sus exportaciones no tanto hacia España, como hacia los mercados hispanoparlantes de Estados Unidos y del resto de países Latinoamericanos. Una segunda fase –que se sale de las lógicas de la teoría de la proximidad cultural, pero que responde, por un lado, a estrategias económicas y por otro lado, a la universalidad de la temática tratada por las telenovelas, basada en la exaltación de los sentimientos– demuestra la exportación de la telenovela hacia mercados que no tenían prácticamente ningún rasgo común en términos de cultura o idioma con los países exportadores. Marqués de Melo pone como ejemplo el caso de Brasil, cuyas telenovelas gozaron de altas audiencias en países como China, Polonia y la Unión Soviética (1988: 44).

En esta segunda fase, las exportaciones se dirigen hacia los mercados mediáticos emergentes de los países de la región de Europa Central y del Este, liberados de las limitaciones ideológicas y legislativas, cuyas audiencias se presentan como un nuevo reto para los grupos mediáticos occidentales en vista de la comercialización de sus productos audiovisuales⁷⁶.

⁷⁶ Para un estudio detallado de la presencia de los grupos mediáticos occidentales en los países de Europa Central y del Este, véase el informe de Bruck *et al.* (2004).

La industria televisiva experimentó el proceso de transnacionalización, acompañado por una implicación de entidades internacionales del sector audiovisual cada vez creciente, impulsado por las dinámicas globalizadoras. La difusión de los programas importados no ha seguido una trayectoria de distribución uniforme, mostrándose más bien como un proceso complejo e irregular en los países de Europa Central y del Este. A nivel geográfico, la reacción de los distintos países de Europa frente a las importaciones ha sido distinta, en función el tamaño, del interés y de la tradición en cuanto a los medios de comunicación en general.

En cuanto a las telenovelas, su alcance internacional que traspasa no sólo las fronteras geográficas de su país de origen, sino también las culturales y lingüísticas, comprueba la sumisión de las narrativas sentimentales al proceso de transnacionalización. El éxito internacional de estas telenovelas ha sido posible, en gran parte, gracias a la traducción sus diálogos en otras lenguas, mediante la subtitulación o la traducción consecutiva.

La teoría de la proximidad cultural, que adelantamos para explicar brevemente la orientación de los flujos televisivos y su recepción por los públicos de Europa Central y del Este, estará explorada más detalladamente en el siguiente capítulo.

3.3 La programación televisiva de la escasez a la disponibilidad en Europa Central y del Este

Profundizando en el tema de la presencia de programación televisiva en Europa Central y del Este durante el periodo comunista y el periodo de transición, cabe precisar que tanto Dana Mustăţă (2012), en el caso de la periodización de la transición mediática en Rumania, como Manuel Palacio –en el caso de la televisión en España– hacen referencia a la contribución de John Ellis (2000) en cuanto al caso de la televisión británica, pero que se puede adaptar a la situación de los países en transición y en nuestro caso concreto, a Rumania. Ellis (2000: 39) divide el proceso evolutivo de la televisión en tres grandes etapas: la de la escasez (*scarcity*), la de disponibilidad (*availability*) y la de abundancia (*plenty*).

El periodo de escasez está caracterizado por una penuria de canales de televisión, pero vinculado al desarrollo del consumo doméstico: “The era of scarcity coincides with, and promotes, the development of domestic consumption from its first

phase of ‘universal provision’ to a second phase of growing consumer choice” (Ellis, 2000: 40).

El periodo de disponibilidad destaca por la riqueza en la oferta de programación audiovisual, “where a choice of pre-scheduled services [that] existed at every moment of the day and night [...] gave way to the competition between several providers of markedly different character” (Ellis, 2000: 61).

La tercera etapa, la de abundancia (*plenty*), inicia cuando la tecnología se apodera de los medios audiovisuales, generando nuevos retos, junto “con la llegada de las distintas ofertas de televisión digital” (Palacio, 2006: 315).

Como bien explica Václav Štětka, la influencia occidental en materia de audiovisual se manifestó con distintas intensidades, dependiendo de país. En Checoslovaquia, durante el periodo de “relajación” del régimen comunista de los años 60, correspondiente a un breve periodo de *availability*, la televisión estatal empezó a emitir series procedentes de Francia y del Reino Unido, entre cuales destaca *Forsythe Saga* (2012a: 164). El estudio de la *UNESCO* sobre los flujos televisivos internacionales realizado por Nordenstreng y Varis (1974) estima que a principios de los años 70, la mitad de las 3000 horas de programación audiovisual que llegaba desde el occidente a los países de Europa del Este consistía de películas y entretenimiento. Es interesante mencionar, a raíz del mismo estudio de la *UNESCO*, que la República Democrática Alemana y Bulgaria importaban programas televisivos desde la Unión Soviética, mientras que Hungría y Polonia importaban series y películas principalmente desde el Oeste y sobre todo desde Estados Unidos (Štětka, 2012b: 110). Estos datos servirán de apoyo para justificar la orientación de las producciones locales de series de televisión en el periodo post-comunista, según los modelos de las proveniencia de las series importadas por los distintos países. Por ejemplo, contando ya con una larga historia de recepción de series norteamericanas y habiendo desarrollado unos procesos de transición más leves que los países de Europa del Este, a lo que se añade la proximidad –tanto geográfica como cultural al mundo occidental, en todo caso en mayor medida que los demás países de la región– Polonia, Hungría y la República Checa se orientarán en su producción local más hacia el modelo de los *soap operas* que ha tenido mucho éxito en estos países que al de la telenovela.

Aplicando el estudio de Ellis a los países de Europa Central y del Este, se puede afirmar que en Rumania, el periodo de “relajación” de finales de los años 60 destacó en el campo audiovisual mediante la importación de programación occidental,

particularmente representada por series de ficción, que tuvieron una muy buena recepción entre las audiencias rumanas. *Kojak* (1973-1978), *Mannix* (1967-1975) y *Colombo* (1968-2003) son solo algunas de las series norteamericanas que consiguieron mucha apreciación por parte del público de este país durante este periodo.

En los años 70, durante el periodo de “normalización” en el control estatal y de consecuente escasez las producciones extranjeras fueron gradualmente reemplazadas por las producciones soviéticas y por series de propaganda:

[...] media system internationalization in Central and Eastern Europe took the form of an influx of media and media content from the Soviet Union and other ‘fraternal’ countries, with a media policy dedicated to exposing the population to news, views, ideas, propaganda, and other things coming from other socialist countries (Jakubowicz, 2007: 331).

En el caso de Rumania, a principios de los años 80, la situación es parecida a los demás países de la región. Los productos culturales provenientes del Oeste— etiquetados como “decadentes” y considerados nocivos para la sociedad socialista rumana— desaparecieron de las pantallas, dejando lugar a otro periodo de escasez dominado por la propaganda del Partido Comunista dedicada al culto de la personalidad del dictador Nicolae Ceaușescu (Ștefănescu, citado en Štětka, 2012b: 110).

Basándonos en la reflexión de Ellis, podemos afirmar que el periodo de disponibilidad propiamente dicho, exento de trabas impuestas por los regímenes socialistas, inicia en los países de Europa Central y del Este una vez con el periodo de transición, seguido por un periodo de abundancia de programación televisiva a partir de mediados de los años 90. Consideramos que la receptividad de los países liberados de la censura comunista a la novedad en el campo audiovisual y el proceso de globalización son factores que favorecen, a través de sus sub-procesos de transnacionalización y de internacionalización, la llegada de los programas televisivos y especialmente las series de ficción a esta parte de Europa.

3.4 La telenovela, desde América Latina a Europa Central y del Este

3.4.1 La transnacionalización de la telenovela hacia los mercados de Europa Central y Oriental

Tal como afirmábamos en el capítulo anterior sobre “la fuerza de los sentimientos” expresados en una telenovela, recordamos que la telenovela como “espectáculo del sentimiento” revela sentimientos universales como el amor, los celos, el odio o el engaño. Según la socióloga checa Katerina Irmanová, la clave del éxito mundial que cosechan las telenovelas reside en la aproximación de sus historias a los relatos mitológicos y a los cuentos de hadas, pero con una estructura más superficial, “donde la vida es mucho más intensa, el amor romántico es siempre más variado que la realidad, el odio es más fuerte y las emociones más definidas” (Sorrosa, 2001). Esta universalidad de los temas facilita la exportación de las series melodramáticas latinoamericanas en todo el mundo, gracias a la transnacionalización.

La telenovela como expresión cultural con características melodramáticas es resultado de una sensibilidad común latinoamericana. El carácter melodramático, que Barbero (2002) y Cabrujas (2002) consideran tan propio a la cultura latinoamericana, hace resaltar una “sociabilidad primordial” (Martín-Barbero, 1995c: 277), conectada a los lazos familiares.

Este género melodramático contribuye a lo que Martín-Barbero llama la “integración sentimental latinoamericana”, definida como una estandarización de maneras de sentir y expresar, de gestos y sonidos, ritmos de baile y cadencias literarias.

Haciendo una breve incursión histórica en la transnacionalización del género de la telenovela, los inicios del proceso de integración sentimental latinoamericana se alejan del melodrama, remontando a las décadas comprendidas entre los años 1920-1940. Están asociados a los tres géneros de la música popular latinoamericana: el tango, la ranchera y el bolero, que conforman un idioma común y que han configurado una manera latinoamericana de sentir. Fueron difundidos una vez con la aparición de las primeras emisoras de radio, las más importantes ubicadas en La Habana, en México y en Buenos Aires y a través de la comercialización de discos. También hay que mencionar el cine mexicano e argentino, que tuvo su aportación a dicha integración sentimental latinoamericana.

Sin embargo, en cuanto al melodrama, hasta mediados de los años 60, cuando se desarrollan las producciones nacionales, las series norteamericanas son las que dominan la programación de ficción en los canales latinoamericanos de televisión. El promedio

de programas importados desde Estados Unidos, en su mayoría comedias y series melodramáticas ocupa el 40% de la programación y los horarios más rentables, comprendiendo los nocturnos entre semana y todo el día durante los fines de semana (Martín-Barbero y Rey, 1999: 95).

Durante la década de los 80, la telenovela empieza a ocupar un lugar determinante en la capacidad nacional de producción televisiva en estos países productores y exportadores de telenovelas. Se logra una consolidación de la industria televisiva de dichos países, a través de la modernización de sus procesos técnicos e financieros y gracias a la especialización de sus recursos: directores, libretistas, escenógrafos, editores. La producción de telenovelas llevó a una adaptación del género a las particularidades de cada país e, implícitamente, a su nacionalización (Martín-Barbero y Rey, 1999), seguida por su transnacionalización.

Gracias a esta consolidación de la industria de la telenovela en distintos países latinoamericanos como México, Argentina, Colombia o Venezuela, el crecimiento de la producción nacional se convierte en factor competitivo para las series norteamericanas. Así, el rápido proceso de inserción de la telenovela nacional en varios países –México, Argentina, Brasil, Colombia, Venezuela– desplaza a la producción norteamericana. A partir de la década de los 80, la exportación de la ficción seriada latinoamericana hacía Estados Unidos y a los países de Europa del Este y de Asia se ve favorecida por cambios que se operan a nivel del mercado televisivo internacional, generados por la competencia debida al aumento y a la diversificación de la oferta de ficción televisiva, además del precio altamente competitivo en comparación con el de las series norteamericanas: “The relative higher costs of Hollywood productions in small and impoverished television markets in Eastern Europe and Asia benefited Latin American productions in the 1980s and 1990s” (Waisbord, 2004: 371). El auge de la transnacionalización marca entonces los años 80, cuando la industria de la telenovela producida en países Latinoamericanos se exporta no solo a otros países latinoamericanos sino también a otros países de Estados Unidos, Europa Oriental y Occidental, Asia y Medio Oriente (Cabrujas, 2002).

Hoy en día, la industria de la telenovela ha llegado a proporciones casi inimaginables en sus inicios, siendo exportada exitosamente en todo el mundo y logrando ganancias inesperadas:

By 2005 the telenovela had developed into a \$2 billion industry, of which \$1.6 billion was earned within the region and \$341 million outside, being broadcast in 50 languages and dialects and reaching 100 countries from Latin America to southern and eastern Europe, to Asia, Africa and the Arab world (Kishan Thussu, 2007: 23).

Según Martín-Barbero, la telenovela latinoamericana muestra las dinámicas de la creación de una identidad cultural plural (Martín-Barbero y Rey, 1999: 95). La proveniencia de la telenovela de distintos países latinoamericanos determina una heterogeneidad de narraciones que hace visible la diversidad cultural de lo latinoamericano. Las telenovelas que se producen en el marco del proceso de transnacionalización de la industria vienen cargadas de marcas territoriales específicas a los países de origen. Sin embargo, existe una tendencia de homogeneización, que es notable sobre todo en el caso de las telenovelas que se exportan a otros países.

A favor de la idea de homogeneización del género de la telenovela determinada por proceso de transnacionalización, el investigador colombiano Martín-Barbero argumenta que la producción destinada a un mercado global implica la generalización de modelos narrativos y la reducción de características culturales específicas (Martín-Barbero, 1995c: 283).

Sin embargo a pesar de las tendencias reduccionistas de las especificidades regionales a favor de la uniformización de formatos que exploraremos más detenidamente en el cuarto capítulo de la tesis, el mercado globalizado, atraído por la novedad y el exotismo de las historias latinoamericanas, desea ver algo distinto de lo que podría ofrecer las telenovelas estandarizadas y desprovistas de particularidades que apunten hacia cierto país productor. Por tanto, aprecia la inserción en los lenguajes de unas características distintivas y de una diversidad de narrativas que permitan identificar gestos e imaginarios que expresan la riqueza de los pueblos latinoamericanos.

3.4.2 La presencia de la telenovela en Europa Central y del Este

Después de un largo periodo de escasez determinado por censuras y monopolios, al principio del periodo de transición, se produce la apertura total de las puertas de Europa Central y del Este frente a la llegada de los programas importados.

Factores como la aparición y el desarrollo de emisoras privadas por satélite, el aumento de horas de transmisión, la competencia entre las diferentes emisoras y la necesidad de llenar la parrilla de programación han determinado en Europa un incremento en la demanda de programas audiovisuales. Consecuentemente, apareció el interés de los programadores en invertir principalmente en programas de ficción, lo que determinó un mayor impacto de la internacionalización, tanto en sus aspectos económicos, como desde el punto de vista de los contenidos de los programas.

Entonces, las razones de la introducción de telenovelas en la programación de los nuevos canales son inherentes al periodo de transición, principalmente económicas, aunque a éstas se les añade una fuerte componente cultural: “Cost cannot be the only reason because many other programmes would be as cheap, so there must be cultural factors at work as well” (Hesmondhalgh, 2013: 282).

Desde una mirada más atenta, acordamos con Nora Mazziotti sobre los principales motivos que facilitaron su penetración en la región: 1) los precios bajos de venta, ajustados a unos países empobrecidos tras repetidas crisis económicas que les impidieron desarrollar una industria propia de producción local; 2) el desconocimiento del género y del *know-how* desde una perspectiva cultural y la dificultad de producir debida a la falta de práctica en cuanto a la realización del guión, al *timing* de rodaje y a otros detalles que requiere el melodrama, tan arraigada en la cultura latinoamericana (2006).

Nos resulta relevante detenernos sobre la reflexión de Mazziotti, que llama la atención sobre la diferencia que existe entre la situación europea y la latinoamericana. Europa es el principal importador de programas de televisión producidos en los Estados Unidos, mientras que en América Latina, la industria de la ficción seriada ha desplazado en muchas ocasiones la programación de ficción proveniente de los Estados Unidos (1996: 36-37). Si América Latina ha desarrollado unas estructuras de producción que resultan más rentables que la importación y lucha para que sus producciones de telenovela nacionales sean emitidas en el mercado interno, Europa prefiere importar ficción televisiva desde el continente americano porque resulta más económico importar que producir. Mazziotti (1996), quien trata a fondo el asunto de la industria de producción de telenovelas, ofrece una explicación de la lógica de producción latinoamericana comparada a la lógica de producción europea. Según la investigadora, una cuestión fundamental para comprender esta lógica distinta de producción de un continente a otro reside en el hecho de que en América Latina existe una tradición de

más de cuarenta años en la producción telenovelistica, comparado con Europa, donde la producción en cadena de seriales no es algo habitual, o, al menos, no a la misma escala que lo es en América Latina. La experiencia de los latinoamericanos en la producción de las narrativas se traduce en la rapidez y en la destreza que muestran a la hora de finalizar un capítulo por día de trabajo. En Europa, los ritmos de trabajo son diferentes y el costumbre de producir seriales de 200 capítulos tampoco existe. Como consecuencia, comprar los seriales ya producidos en Latinoamérica les resultaba menos costoso para los técnicos europeos que producirlos en Europa.

En la Europa Central y del Este del periodo inmediato a la caída del comunismo, las televisiones se encontraban en un periodo de crisis que requería reemplazar la programación propagandística y aquella aprobada por el estado por nuevos programas importados⁷⁷. La decisión por el tipo de programación iba a ser una difícil por la reacción de la población frente a las importaciones, muy distintas de lo que la gente estaba acostumbrada ver. Además, el presupuesto bajo del que disponían los países no permitía adquirir programas de otros países europeos. Sin embargo, desde el punto de vista industrial, las series de ficción resolvían de una forma estratégica las necesidades de programación los nuevos canales, por su larga duración que permitía llenar durante meses la parrilla de programas.

Tomando en cuenta estas razones y dada la demanda cada vez mayor de programación occidental que no tuviera nada que ver con la Unión Soviética, pero que fuera asequible, intervienen unos procesos observados por Jakubowicz: “The rising proportion of imported programmes, the sharp drop in the number of Soviet/Russian programmes, and the rapid growth of American ones” (2007: 311). La metáfora de “Dallasification” (de Bens *et al.*, 1992), sinónima a la “Americanización” –de la que hablamos anteriormente con respecto a los sistemas mediáticos– describe perfectamente la situación de principios de los años 90, cuando la mayoría de las televisiones de los países de Europa Central y del Este transmiten *soap operas* como *Dallas* (1978-1991) o *Dinastía* (1981-1989), que gozaron de mucho éxito frente a las audiencias europeas.

Además de las sitcoms y de otras series populares que llegaron a Europa Central y del Este, las telenovelas provenientes de América Latina son productos de

⁷⁷ En Rumanía, igual que en el caso de otros países de Europa del Este, se recurrió a la importación de programación televisiva occidental por la falta de recursos económicos, de personal especializado y de conocimientos técnicos para iniciar una producción propia, cuyos costes se hubieran elevado mucho por encima de las posibilidades de inversión de las televisiones locales y de la televisión nacional.

importación económicamente asequibles. Las telenovelas ya eran conocidas por el público incluso desde antes de 1989, aunque ocupaban unas franjas horarias fuera del horario estelar, que estaba dedicado casi en exclusividad a las series norteamericanas.

A pesar de esta invasión inicial de series norteamericanas, la programación de entretenimiento en la fase de disponibilidad se ha orientado al poco tiempo hacia la importación masiva de telenovelas: “Telenovelas became so popular [...] that they gradually displaced American imports from the TV schedules and became an intrinsic part of local culture” (Ang, 1996: 155). Así, la presencia de los *soap operas* norteamericanos es pronto superada por la abundancia de las telenovelas latinoamericanas (Stan, 2003: 50).

Si nos referimos a la telenovela latinoamericana, a parte de los factores económicos y de programación, existe otra fuerte razón que explica su aceptación en la Europa Occidental. Matellart y Matellart explican este fenómeno haciendo referencia al campo cultural. Los investigadores afirman en un artículo que la novela brasileña conduce al reencuentro con los vínculos simbólicos de una comunidad latina, y a la reconciliación con la latinidad y cuestionan el hecho de que con la apertura a estos programas procedentes de países cálidos es posible un retorno al mundo primitivo, a lo mágico, al sincretismo (1988: 4). Retenemos entonces la idea de que la aceptación por parte de las audiencias europeas de las series televisivas de origen latinoamericano corresponde al imaginario europeo sobre los “países cálidos” y responde a una demanda de exotismo y de magia.

En relación con el mercado italiano, otros investigadores atribuyen las altas audiencias al exotismo de las producciones latinoamericanas, referidas como “decididamente inusuales para un sistema televisivo como el italiano, habituado a una ficción producida en casa o bien comprada exclusivamente en el mercado estadounidense, en nombre de su reconocida supremacía en el desarrollo de ciertas fórmulas narrativas” (Bettetini *et al.*, 1997: 88).

En cuanto a España, Mazziotti habla de la penetración masiva de las telenovelas mexicanas y venezolanas a principios de los años 90, en las condiciones de la ampliación de las franjas horarias de transmisión en horario de mañana o de mediodía. Se refiere a esta población de las parrillas de las televisiones españolas con telenovelas como de una reconquista, o “conquista al revés”, como la llama la investigadora, “donde los antiguos conquistadores europeos compren ahora los espejitos de colores” (1996: 38). La telenovela trae consigo a Europa la misma estigmatización percibida en

América Latina: es un fenómeno generalmente destinado a tomarse en broma, con una acepción irónica más que con la literal, para referirse a una historia interminable, melodramática y poco creíble.

El inicio del *boom* de la distribución de telenovelas en la Europa post-comunista se debe a la habilidad de los productores latinoamericanos de ofrecer a estos países producciones de calidad bastante alta a costes muy bajos, según el director general de *DISCOP*: “Telenovela producers were visionary enough to offer [eastern European] stations very good deals. [...] These stations didn’t have any money... and Latin American companies were the first ones to help them get started” (Martínez, 2005: 52).

Cabe mencionar que un tercio del total de importaciones de telenovelas en Europa corresponde a Europa Oriental. Según las investigaciones de Štětka, en 1995 se transmitían por 9 de los 15 canales de televisión nacionales de la región, en su mayoría públicos. Muchos canales en diversos países pasaban, como el STV de Eslovaquia, hasta seis telenovelas a la vez (Biltreyst y Meers, 2010: 45). En los términos del investigador checo, es importante destacar que –contrariamente a la idea de que el flujo de entrada de la programación de series televisivas estadounidenses y latinoamericanas está asociado con la privatización del sector audiovisual– ellas fueron introducidas por primera vez por el servicio público o por las cadenas estatales de televisión, y no a través de los canales comerciales, que en esos momentos no habían sido establecidos todavía en muchos de los países de la región (Štětka, 2012a: 165).

Una de las primeras telenovelas que llegaron a Europa Central y del Este, la *Escrava Isaura* (1976-1977), consiguió a principios de los años 90 su lugar en la parrilla de la televisión estatal polaca, igual que en el caso de muchos otros países como la República Checa y Rumania, llegando a generar un verdadero fenómeno llamado “Isauromanía”, seguido en un porcentaje del 81 al 92 de los telespectadores del canal nacional polaco (Štětka, 2012a: 164). En agosto de 1985, un 86% de la audiencia polaca escogió esta telenovela brasileña como el mejor programa de televisión de los diez años anteriores (Mattelart y Mattelart, 1988: 12). Descrita por los críticos como “la peor forma de melodrama” o “puro kitsch”, Isaura fue defendida por sociólogos quienes explicaron que “in a situation of social disappointment, the public seek consolation in fairy tales, as was the case in Czechoslovakia after 1968” (Vodnik, 1986: 45).

Por ser un ejemplo ilustrativo de transnacionalización de una telenovela debido a su éxito internacional, nos detenemos brevemente ante la telenovela *Escrava Isaura*, que cuenta la historia de una esclava blanca, protagonista romántica de una novela

decimonónica escrita por el escritor y poeta brasileño Bernardo Guimarães en 1875. En 1976, *Escrava Isaura* fue la primera telenovela latinoamericana de gran alcance internacional que, a través de su conmovedora historia emocional, logró una alta audiencia en por lo menos 80 países. Entre éstos se cuenta la televisión de países comunistas que incluyen aquellos de la de entonces Europa del Este, la ex Unión Soviética y la República Popular China, en Polonia y en Hungría. Los televidentes húngaros, no familiarizados con la trama ficcional de la telenovela, recolectaron dinero para liberar a Isaura. Asimismo, fue éste el primer programa televisivo con una heroína extranjera que se transmitió en la República Popular de China (450 millones de espectadores), y fue la primera telenovela que se transmitió en la ex Unión Soviética (1988-89) aunque en un formato reducido (Quispe-Agnoli, 2009).

El caso de los telespectadores húngaros puede parecer insólito, pero está seguido por toda una serie de anécdotas que demuestran el impacto de las telenovelas latinoamericanas en las audiencias de los países de Europa Central y del Este. Algunos ejemplos más pueden ser ilustrativos del fenómeno que ha constituido la presencia de la telenovela latinoamericana en la vida de los televidentes, embrujados por el fuerte apego que provocó incluso cambios de costumbres y de horarios habituales.

Es interesante, en este sentido, el caso que se dio en una diputación provincial de Transilvania, Rumania, donde el secretario y otros diez miembros eran seguidores fieles de la telenovela mexicana *Marimar* (1994). Durante la emisión de la popular telenovela mexicana, los oficiales desatendían los asuntos pendientes durante una hora, entre las 2 y 3 de la tarde, para no perderse ni un capítulo (Stan, 2003: 50).

La noticia del éxito de la telenovela mexicana *Los ricos también lloran* (1979) en la Rusia post-comunista dio vuelta al mundo, sobre todo cuando, en 1986, la protagonista de la telenovela, Verónica Castro, fue recibida como un héroe nacional. Su popularidad se debió a que el 70% de la población rusa, lo que se traduce por más de 100 millones de personas, seguían una historia cautivadora que les enseñaba que el dinero no siempre trae la felicidad. (Martínez, 2005: 48). *Moscow Times* captó y publicó en sus páginas detalles de lo que se había convertido en un fenómeno en Rusia: “when the film started, streets became desolate, crowds gathered in stores selling tv sets, tractors stopped in the fields, and guns fell silent on the Azerbaijani-Armenian front” (Baldwin, 1995: 285-286). Es más: en las zonas rurales, los campos quedaban desiertos a la hora de emisión de la telenovela, los campesinos dejaban el trabajo para no perderse ni un momento del capítulo. En las zonas urbanas, en las calles también se notaba que

alguna telenovela de gran audiencia se emitía; es más, los horarios de atención en bancos y comercios y las ceremonias oficiales y estaban programadas en acuerdo con el horario en el que pasaba la telenovela, para dejar a todos la posibilidad de ver su telenovela favorita (Mazziotti, 1996: 10-11).

Es interesante mencionar también el impacto de la telenovela venezolana *Kassandra* (1992-1993) en la ex-Yugoslavia, que se encontraba en esos momentos en la guerra de secesión. En pleno conflicto, el presidente serbio Slobodan Milosevic recibió una carta de los habitantes de la ciudad Kucevo, quienes ya no separaban la realidad de la ficción, en la que pedían que terminara el juicio de *Kassandra*, porque la consideraban inocente (Martínez, 2005: 52). En Bulgaria, donde la telenovela se emitía con 10 capítulos de adelanto frente a la televisión yugoslava, se cobraba una tasa de 2 dólares a quienes quisieran saber antes la continuación (Stan, 2003: 50).

A esta entrada “triumfal” de las telenovelas en hogares de la población de los países de Europa Central y del Este le siguieron otras dos décadas de importaciones de centenas de telenovelas latinoamericanas, que traían lo exótico frente a los ojos de los espectadores. Sin embargo, la cantidad de importaciones empezó a disminuir a mediados de la primera década del siglo XXI, debido a la implementación y del desarrollo de las industrias nacionales de producción que crean sus propias telenovelas. Si en América Latina la importación de *soap operas* disminuyó considerablemente a partir del momento en el que los países latinoamericanos comenzaron a realizar sus producciones nacionales y Europa post-soviética ha desplazado la programación de seriales y películas provenientes de la Unión Soviética, Europa Central y del Este inicia un proceso de alejamiento de las importaciones estadounidenses y latinoamericanas a favor de las propias producciones. Bill Peck, en su calidad de consultante para la casa de producciones rusa AmediA observa respect a este proceso: “In fact, Western programming has become harder to sell in Eastern Europe and Russia –especially series, due mainly to the significant development of local production. Today, the top 20 shows in every country are locally produced” (Jenkins, 2005: 19).

Aún así, la costumbre de ver telenovelas latinoamericanas sigue perdurando a la vez con la visualización de telenovelas nacionales. Esto que permite alternar lo exótico y, al mismo tiempo, la universalidad de las tramas melodramáticas con lo local expresado a través de la proximidad cultural generada por el reconocimiento y la identificación con personajes y situaciones presentadas. A la vez, el público cuenta con la posibilidad de demostrarse selectivo, a partir de una variedad de series de ficción

televisiva, puesta a disposición gracias a amplia oferta de programación televisiva disponible.

3.5 El papel de la transnacionalización en el desarrollo de la producción nacional en los países de Europa Central y del Este

Como se pudo observar, los paisajes televisivos de los países de Europa Central y Oriental están cada vez más influenciados por una variedad de procesos transnacionales que tienen un papel determinante en el inicio de la producción local⁷⁸.

La telenovela en América Latina es un género que abre un espacio entre el relato y la vida, que conjuga elementos culturales y populares con el melodrama, generando una relación entre lo nacional y lo transnacional. Martín-Barbero resalta el hecho de que la telenovela se construye como un “espacio de confrontación cotidiana entre el sentido de lo nacional (las sensibilidades, las temáticas y los “personajes” propios) y el de lo transnacional: los modelos y formatos televisivos en su capacidad de trascender las fronteras nacionales” (1993: 48).

Los estudios sobre la relación compleja entre lo nacional y lo transnacional⁷⁹ y el impacto de este último sobre el primero resaltan su compenetración y su coexistencia,

⁷⁸ Dado que las industrias de producción de telenovelas se han desarrollado en Europa Central y del Este especialmente alrededor de los núcleos nacionales – las capitales, siendo así centralizadas, se puede hablar más bien de una producción nacional que de una regional o localizada en zonas específicas de un país. Aún así, se empleará también el atributo “local” como sinónimo a lo “nacional”, lo local siendo parte de la dicotomía “global/local” que intentamos resaltar.

⁷⁹ Para una visión amplia sobre el tema en cuanto a la relación que se establece entre los espacios nacionales y transnacionales en el mundo, existen unos estudios merecedores de atención, que profundizan estos aspectos. El estudio de Sakr (2001) investiga, a inicios de siglo XXI, el desarrollo de la televisión transnacional en la región del Oriente Medio, en el contexto de la introducción de la televisión a través del satélite en los países de la zona, que contribuye así a la transcendencia de las fronteras territoriales. Butcher (2003) estudia el flujo de programación transnacional hacia la India a partir del 1992 cuando el canal *STAR TV*, adquirido por Rupert Murdoch empezó a emitir a nivel nacional, asociando el nombre del magnate australiano del imperio mediático *News Corporation* al cambio cultural mediático que se dio en este país asiático. Chalaby (2005c) edita el libro *Transnational television online: Towards a New Media Order*, que ofrece una perspectiva global comparativa sobre el fenómeno mediático de transnacionalización de los canales televisivos. Según el impacto de este fenómeno en distintas zonas del mundo, el libro revela la posición de estos canales, dictada por la globalización, resaltando la riqueza y la

eliminando las posibles tensiones que podrían existir a partir del espacio de confrontación cotidiana mencionado por Martín-Barbero (1993: 48). Es esencial resaltar el hecho de que la existencia de la televisión como medio de difusión de contenidos audiovisuales bebe de la construcción continua de los sistemas televisivos en relación a las regulaciones nacionales, a las audiencias y a los referentes culturales nacionales específicos (Hilmes 2012).

Los programas de televisión participan, por lo tanto, en la creación y en la difusión de las culturas nacionales tanto por separado, como interrelacionadas. Teóricos de los estudios poscoloniales como Homi Bhabha (1986, 1994) y Edward Said (1979) resaltan la relación entre la cultura nacional y la alteridad (*otherness*). Enfatizan en la necesidad de autodefinición de las culturas en relación con otras culturas, que a su vez son incorporadas dentro del imaginario nacional. En el caso de la televisión, la idea de “nacional” está entonces en imbricación con la de “transnacional –que contribuye a su propagación más allá de las fronteras nacionales, transportando los contenidos culturales a otras culturas, donde interaccionan con las culturas locales.

La expansión de las compañías mediáticas transnacionales ha jugado a favor de que los flujos de programación superen las fronteras, para dirigirse hacia la zona de Europa Central y del Este y así contribuir al aumento de las inversiones económicas en la región. La complejidad de las redes globales en el caso de las industrias culturales que incluyen compañías grandes y pequeñas de países geográficamente y numéricamente diversos hacen que estas redes y los flujos de programación ya no estén vistos desde la perspectiva del modelo de relaciones centro-periferia (Appadurai, 1990: 296; Hubka, 2002: 233). Andrea Esser comparte esta idea de complejidad, reafirmando así, una vez más, la prevalencia del término “transnacionalización” sobre “internacionalización” o “globalización”:

diversidad en siete regiones claves para el estudio: Norteamérica, Latinoamérica, Europa, el Oriente Medio, África y Asia de Sur y del Este. En su libro *Understanding Global Media*, el investigador australiano Terry Flew ofrece una visión general exhaustiva sobre la producción de los programas globales y sobre su circulación, desde una variedad de perspectivas que abarcan la economía política, los medios audiovisuales, los estudios culturales y las industrias culturales. Todos estos materiales se han demostrado valiosos a la hora de encajar las contribuciones académicas sobre la transnacionalización de los flujos de producción audiovisual, especialmente de telenovelas hacia los países de Europa Central y del Este. Al mismo tiempo, han ayudado a conseguir una mayor comprensión de la relación entre las naciones unidas entre sí a nivel mediático por la transnacionalización.

Broadcasting processes, like those in many other sectors, do not proceed in uniform or evenly distributed patterns. They are complex and irregular entities. For example, different countries in Europe have different production, import and export patterns, depending on their size, wealth and language constitution; [...] The term transnationalization disguises these uneven patterns to a lesser extent than ‘globalization’ or ‘internationalization’ (Esser, 2009: 25).

A través de mecanismos que son regidos por unas dinámicas económicas y culturales diversas y complejas mencionadas más arriba, el contenido audiovisual proveniente del occidente –representado particularmente a través de series de tipo *soap operas* y telenovelas– aporta, a través de su volumen, un visible cambio en la estructura de los sistemas mediáticos locales. Esta simbiosis entre los sistemas mediáticos locales que necesitan de programación diversificada extranjera y el proceso de transnacionalización que la aporta nos hace afirmar, coincidiendo con Esser, que transnacionalización y localización van a la par (2009: 25). Por tanto, el cambio en los sistemas mediáticos globales se materializa a través de la revigorización de la producción local de productos audiovisual, que determina a su vez la contratación de actores, de guionistas, de trabajadores del sector mediático y de otras compañías implicadas en la producción audiovisual, lo que implícitamente impulsa la economía cultural local de los países (Štětka, 2012b: 114).

Sin embargo, esta revigorización de la producción local no se realiza en un contexto audiovisual autóctono inalterado por influencias externas, sino que se configura dentro de una dinámica creada por las redes transnacionales cuya distribución la dicta la globalización (Chalaby, 2005a). Más específicamente, esta tendencia tiene a raíz el impulso generado por los movimientos de los flujos televisivos facilitados por los grupos mediáticos transnacionales que dominan los mercados de Europa Central y del Este a través de sus filiales implantadas a nivel local.

Entonces se puede afirmar que, aunque la circulación internacional de telenovelas esté facilitada por el fenómeno de la globalización, las telenovelas y los *soap operas* quedan enmarcados en la realidad nacional. Por consiguiente, la telenovela es un producto transnacional, pero a la vez nacional: cargado de significados que son parte de la cultura nacional:

Las telenovelas representan un ejemplo extraordinario entre la interacción entre la identidad social y la creación de sueños y significados, así como también son un grandioso ejemplo del sincretismo cultural, el cual representa un mecanismo eficaz para defender las culturas locales contra la supuesta amenaza de la uniformización provocada por la globalización (Páramo Ricoy, 2000: 198).

Veremos entonces como la telenovela es uno de los elementos que contribuyen a ilustrar la afirmación de Stuart Hall: “there are many countervailing tendencies which prevent the world from becoming a culturally uniform and homogeneous space” (1997: 211).

3.6 La presencia de las telenovelas latinoamericanas en Rumania

Consideramos que la observación de la presencia de la telenovela latinoamericana como parte de la programación de los canales nacionales rumanos representa un primer paso para evaluar el nivel de impacto que han tenido estas narrativas de ficción televisiva en Rumania. Por lo tanto, el volumen de importaciones puede ser un buen indicador del éxito de las telenovelas latinoamericanas en el mercado mediático rumano, lo que ayuda a determinar las múltiples razones por las que este país ha iniciado un proceso de adaptación del modelo de este tipo de series de ficción a nivel nacional y porqué no se ha orientado hacia la adaptación del modelo de *soap operas* –también muy exitoso particularmente durante los primeros dos años del periodo de transición democrática, cuando ocupaban el horario estelar casi en totalidad. Al mismo tiempo, identificar los países de proveniencia de las telenovelas latinoamericanas sirve para determinar qué sub-modelos se adoptan y se adaptan para producir telenovelas nacionales.

Rumanía es uno de los países de Europa Central y del Este donde la telenovela más éxito ha tenido. Como pudimos ver en el primer capítulo, la entrada de las telenovelas en Rumania se hizo poco después de la caída del comunismo, durante un periodo dominado por una redefinición de la identidad nacional, marcada por el inicio de un periodo de transición a la democracia, a principios de los años 90. Es un periodo en el que el sentimentalismo, oprimido y censurado durante el régimen, adquiere nuevas valencias, siendo presentado a través de la pantalla, en los modos los más variados, uno de ellos siendo la misma telenovela.

La producción brasileña *Esclava Isaura* (1976) fue la primera telenovela latinoamericana⁸⁰ que llegó a Rumania en 1992, difundida, en horario de máxima audiencia, por el único canal nacional de televisión que existía en ese entonces: *TVR1*. Aunque en aquel entonces no existían todavía los medios para medir los índices de audiencia, la *Esclava Isaura* fue líder incontestable de audiencia. El interés del público por esta telenovela fue similar al interés manifestado para series como *Dallas* (1978-1991) o *Twin Peaks* (1990-1991), entrando al lado de éstas “en la historia y en la conciencia del público” (Tronaru, 2008).

Durante los primeros años de la transición, la programación está dominada en la franja horaria de máxima audiencia, por *soap operas* norteamericanas como *Dallas* y *Dinastía* (1981-1989). Se puede observar un periodo de relativo “silencio” en lo que concierne la importación de telenovelas y de *soap operas* domina el periodo 1992-1998, cuando la presencia de este tipo de series en las parrillas de la televisión rumana es bastante escasa. En el año 1994, el canal *TVR1* emite la telenovela mexicana *Corazón Salvaje* (1993) y en 1996, el canal *Antena 1* adquiere y transmite la telenovela venezolana *Kassandra*, producida por *Coral producciones* entre 1992-1993 –las dos en horario estelar.

Asumimos que esta escasez en la transmisión de telenovelas en Rumania se puede explicar por el impacto de las repercusiones de la transición económica y política en el país, presentados más detalladamente en el primer capítulo. Los primeros años de la transición están dominados por profundos cambios que se perciben en todos los niveles de la sociedad. La adaptación a los efectos del choque cultural es una preocupación para el conjunto de la población, que parece tomar distancia del entretenimiento televisivo y de las series de televisión, para dedicarse a resolver los problemas cotidianos.

El hilo de las importaciones se retoma aproximadamente después de seis años, cuando la telenovela argentina *Antonella* (1992) llega a Rumania en el año 1998, momento que coincide con la inauguración del canal *Acasa TV*⁸¹, especializado en la

⁸⁰ Otra producción brasileña significativa para las audiencias rumanas fue *La Avenida Paulista* (1982) pero se emitió a principios de los años 80, durante el periodo comunista.

⁸¹ Fundado en febrero de 1998 por el principal grupo mediático de Europa Central y del Este - *Central European Enterprises (CME)* a la iniciativa de Ruxandra Ion en calidad de *Managing Director* de *Promance International*, el canal *Acasa TV* está especializado en la transmisión de series televisivas y en especial, de telenovelas latinoamericanas y rumanas. Emitiendo las 24 horas del día, fue lanzado como

transmisión de series televisivas. Partiendo como canal dedicado mayoritariamente al mundo de la telenovela latinoamericana, hoy en día *Acasa TV* cuenta con una variedad de programas que incluyen, a parte de los programas dedicados a las series televisivas, *reality shows* y otros programas de entretenimiento. Sin embargo, las telenovelas son las que propulsan el canal hacia la punta de la pirámide de audiencias, tal como afirma en el año 2003 Antoanella Ungureanu, ex directora de adquisiciones de *Acasa TV*, en una entrevista para la revista *TV MAS Magazine*: “A raíz de la presentación de las telenovelas, *Acasa TV* se ha convertido en el tercer canal del mercado. [...] Tenemos un segmento (de 10 a 11 p.m.) que es líder (“Tienen más fans que Michael Jackson”, 2003).

Ines Năstăsioiu, actual directora de adquisiciones de *Acasa TV/PRO TV S.A.*, Rumania, explicó la situación del mercado rumano y el crecimiento de *Acasa TV* durante la *Sexta Cumbre Mundial de la Industria de la Telenovela y la Ficción*, que se realizó el 26 y el 27 de noviembre de 2008 en Mar de Plata, Argentina, donde los gigantes del negocio de las telenovelas, las series cortas y largas y la ficción mundial, se reunieron por primera vez en América Latina.⁸² En esta ocasión, Năstăsioiu explica que *Acasa TV* es un canal de cable que se ubica en segundo lugar en Rumania en cuanto a las audiencias (por detrás de *PRO TV*, que es parte del mismo grupo mediático *CME*), entre todos los canales que emiten en el país:

canal dedicado a un público específico femenino, con edades entre los 15 y 49 años con la función principal de emitir telenovelas telenovela, en un momento cuando la telenovela latinoamericana se había convertido en un verdadero fenómeno en Rumanía. Hoy en día, *Acasa TV* cuenta con una variedad de programas que incluyen, además de series televisivas, *reality shows* y otros programas de entretenimiento. Sin embargo, las telenovelas son las que propulsan el canal hacia la punta de la pirámide de las audiencias. Desde 1998 hasta 2004 se emitieron exclusivamente telenovelas latinoamericanas y a partir de 2004 cuando Rumania se vuelve productora de telenovelas autóctonas, *Acasa TV* es el principal canal de difusión. Un dato relevante para la producción de telenovelas rumanas es que aproximadamente un 30% de la producción del canal *Acasa TV* es nacional. En el año 2011, las cuotas de audiencia son de 4,9% en el segmento de mercado con edades entre 18 y 49 años. El canal alcanza un 93,1% del total de 21 millones de personas. www.acasatv.ro ofrece la posibilidad de encontrar a los personajes favoritos de telenovelas a través del chat y del video-chat. Además, la página web del canal ofrece, a parte de historias tras bastidores, concursos y encuestas relativas a las telenovelas, un espacio de debate a través del foro donde los seguidores pueden expresar sus decisiones. (“Central European Media Enterprises”, s.f.)

⁸² La Cumbre del año 2008 se celebró en América Latina tras las Cumbres que tuvieron lugar en Estados Unidos (2003) y en Europa (España, 2004, 2005, 2006 y 2007).

Es una señal que inició transmisiones en 1998, cuyo público objetivo son mujeres de 15-49. En apenas 10 años hemos hecho de la telenovela un fenómeno masivo en nuestro país que congrega más gente que un partido de fútbol, un recital u otros eventos sociales. [...] Rumania es un gran consumidor de telenovelas. ACASA [...] ocupa el segundo lugar de audiencias después de *PRO TV* (“6ta Cumbre Mundial de Telenovelas y Ficción”, 2008).

En el año 2008, la centralidad de las telenovelas en la vida del público rumano hizo que el canal *Acasa TV* contara con más de 200 telenovelas latinoamericanas transmitidas en sus 10 años de existencia. Estas narrativas de ficción televisiva latinoamericana han ofrecido al público rumano historias fascinantes que les permiten una evasión diaria de lo cotidiano. La oferta de telenovelas es de las más variadas. *Acasa TV* las escoge clásicas, atípicas, las más nuevas y las más caras para contentar a todas las edades (“Cele mai bune 200 de telenovele in 10 ani de poveste Acasa”, s.f.).

A parte de *Acasa TV*, existen también otros canales que emiten telenovelas latinoamericanas⁸³ en Rumania, como *Antena 1*, *Euforia*, *National TV*, *Romantica TV*, *TVR1*, *TVR2*. La cantidad de telenovelas que muestran estos canales no es comparable con *Acasa TV* que es líder incontestable en el mercado de las telenovelas en el país (Ver anexo 1).

⁸³ Además de las telenovelas latinoamericanas, que fueron las primeras a ingresar en el mercado rumano post-comunista, es necesario mencionar también la presencia de otras telenovelas provenientes de Asia, para ofrecer un panorama completo de la oferta de ficción televisiva seriada en las pantallas rumanas. Los canales de televisión rumanos, particularmente *TVR1*, *National TV* y *Kanal D* emiten también telenovelas sur-coreanas (a partir de enero de 2009), indias (a partir de 2009) y turcas (a partir de 2007), cuya presencia diversifica todavía más la oferta de ficción televisiva seriada en las pantallas rumanas. Es interesante destacar también el éxito de estas producciones –sin embargo no equiparable al de las telenovelas latinoamericanas– que traen frente a los ojos del espectador particularidades culturales y costumbres de otro continente lejano. Consideramos que, igual que en el caso de las producciones latinoamericanas, el exotismo de estas telenovelas y la novedad que es visible en comportamientos, formas de vestir y actuación atraen al público y lo fidelizan, además de todas las otras características específicas al melodrama que se aplican también en el caso de las telenovelas latinoamericanas y de los *soap operas*. (“Serialele coreene, alternativa la telenovela”, n.d; “Seriale TV”, s.f.; “Filme si seriale”, s.f.).

3.6.1 Claves del éxito de las telenovelas latinoamericanas: ¿qué gusta al público rumano?

Tratando sobre temas y problemáticas del mundo contemporáneo e incluyendo motivos universales⁸⁴ basados en sentimientos inherentes al ser humano, las telenovelas lograron un éxito sin precedente en Rumania, donde tienen ya una tradición de difusión de más de veinte años.

Las telenovelas son melodramas, y estas tienden a mostrar [...] los valores tradicionales de las familias, el amor romántico, el matrimonio –representado como la máxima meta femenina–, la pobreza como un reto a la fortaleza humana, la desgracia como un camino hacía el perdón de Dios, y sobre todo, mostraban cómo la vida está regida por el destino (Páramo Ricoy, 2000: 204).

En un país donde el régimen comunista había limitado inexorablemente el acceso de la población al mundo occidental, los valores tradicionales perduraron casi inalterados durante décadas. Aunque no haya estudios, ni trabajos académicos que sustenten las siguientes afirmaciones, asumimos que la visión del matrimonio y de la construcción de la familia alrededor de un núcleo fuerte basado en valores morales junto con la lucha para combatir la pobreza determinada por la escasez de bienes son elementos socio-culturales a los que la población rumana estaba acostumbrada durante el comunismo. En cuanto a la religión, ésta juega un papel importante en la vida del pueblo rumano y, aunque prohibida durante el comunismo, ha renacido después de su caída, siendo hoy en día un elemento importante en la reconstrucción de la identidad del pueblo. El culto ortodoxo, que es la religión mayoritaria a nivel de Rumania, es muy similar al catolicismo, religión que tiene gran parte de los latinoamericanos. Las valencias que la religión tiene en la vida de rumanos y latinoamericanos también podrían constituir un punto común que crea un lazo de identificación y al mismo tiempo de proximidad del espectador rumano con las situaciones imaginadas en las telenovelas latinoamericanas, donde la imagen de la Virgencita de Guadalupe o de diversos santos son casi omnipresentes.

⁸⁴ Véase sobre los motivos universales tratados por las telenovelas: Covarrubias *et al.*, 1994; Gutiérrez Espindola, 1988; López, 1991; Matellart y Matellart, 1990; Fachel Leal, 1986.

También hay que tomar en cuenta que la telenovela es un programa que tiene éxito a nivel mundial; no sólo lo tiene en Rumania o en Europa Central y del Este, sino que también en Asia, o en los países del Oriente Medio. La explicación de este éxito reside en un motivo universal, expresado por Delia Fiallo⁸⁵ creadora de la telenovela venezolana *Cristal* –que ha gozado de un éxito que ha dado vuelta al mundo entero– en una entrevista con Daniel Mato sobre los procesos de transnacionalización de la industria de la telenovela:

Creo que el éxito, la fuerza de penetración de las telenovelas, consiste nada más que en las emociones. La emoción es el común denominador en todo el género humano, en todas las épocas y en todos los países del mundo. Desde el hombre de las cavernas hasta el último hombre sobre la tierra. El amor, el odio, la ambición, la envidia, los celos son comunes. Es el común denominador y explica que una novela que tú escribes para Venezuela y que puede tener éxito en Santo Domingo, pueda tener éxito en Grecia, en Turquía, en Japón. Porque no somos seres de Marte, todos somos seres humanos, que respondemos a las mismas emociones. Ese es todo el secreto (Fiallo, citada en Mato, 2001: 16-17).

Concretando más la noción de “emociones”, a través del sentimiento del “amor”, la directora rumana de adquisiciones del canal *Acasa TV*, Ines Năstăsoiu explica la primera razón del éxito de las telenovelas latinoamericanas en Rumania:

Iubirea este motorul vieții. Toate istoriile au în centru o poveste de iubire. Fie ca este vorba de telenovele avangardiste, actuale, sau mai vechi (*Betty cea urâtă* sau *Clona*), toate conțin povești de iubire. Acesta este leitmotivul oricărei povești de succes⁸⁶ (I. Năstăsoiu, comunicación personal, Septiembre 11, 2011).

⁸⁵ Escritora y guionista de telenovelas, cubana de origen, creadora de series venezolanas como *Lucecita* (1967), *Cristal* (1985-1986), *Kassandra* (1992-1993), o *Alejandra* (1994).

⁸⁶ “El amor es el motor de la vida. Todas las historias tienen en el centro una historia de amor. Trátese de telenovelas de vanguardia, actuales, o más antiguas (*Betty la fea* o *El Clon*) todas ellas contienen una fuerte historia de amor. Éste es el leitmotiv de cualquier historia de éxito” (traducción de la autora).

Augusta Lazarov, directora de entretenimiento de *Antena 1* y encargada de adquisiciones de telenovelas para el canal, añade otros elementos clave que mantienen al público rumano frente a la pequeña pantalla visionando telenovelas:

Elementul melodramatic care configurează povestea, împreună cu notorietatea actorilor care îi interpretează pe protagoniști, ocupă primul loc. Urmează adaptarea conținutului preferințelor publicului din România: veridicitate, povești de iubire puternică, personaje interpretate de actori frumoși, locații exotice și deosebite –care invită publicul într-o lume de vis⁸⁷ (A. Lazarov, comunicación personal, correo-e, Septiembre 15, 2011).

En cuanto a los personajes, Sebastian Voinea puntualiza un aspecto digno de tomar en cuenta, que hace que una telenovela sea más o menos exitosa:

[...] publicului din România îi place să se identifice cu personajele dintr-o telenovelă. Îi place ca în aceasta să fie prezent un spectru larg de caractere, de la cele pozitive până la cele negative: “protagoniști” și “antagoniști”. Cu cât mai variate sunt aceste caractere, cu atât există posibilitatea ca publicul să se identifice cu personajele. Implicit, telenovela are mai mult succes⁸⁸ (S. Voinea, comunicación personal, Septiembre 6, 2011).

A parte del aspecto relacionado a los personajes de telenovela que se convierten en objeto de admiración o de crítica para el público rumano, cabe mencionar un aspecto atractivo para el público rumano en una telenovela latinoamericana, que es la curiosidad de ver y aprender sobre otros modos de vida, diferentes. Dado que, por razones

⁸⁷ “El elemento melodramático que configura la historia, junto con la notoriedad de los actores que interpretan a los protagonistas, ocupan el primer lugar. Luego viene la adecuación del contenido de la historia a las preferencias del público de Rumanía: veracidad, historia de amor muy fuerte, personajes interpretados por actores muy guapos, localizaciones exóticas y bellas –que inviten al espectador al ensueño” (traducción de la autora).

⁸⁸ “[...] al público rumano le gusta mucho identificarse con los personajes de una telenovela. Le gusta que esté presente un abanico variado de caracteres, a partir de los positivos hasta los negativos: “protagonistas” y “antagonistas”. Cuanto más variados sean estos caracteres, más oportunidad hay para que el público se identifique con los personajes. Implícitamente, la telenovela tiene más éxito” (traducción de la autora).

estéticas, la telenovela tiende a presentar interiores lujosos y personajes interpretados por actores físicamente atractivos, Voinea se refiere a la telenovela como a un “producto aspiracional”, de tal forma que el público desea y aspira a tener lo que se le muestra:

Prin definiție, telenovela este un produs “aspirațional”, atât în România, cât și în America Latină. Să zicem că românii sunt un tip de public care rămâne uimit în fața bogățiilor altora (case, mașini de lux, feluri de a se îmbrăca). În acest sens, telenovela este un produs “aspirațional”. Adică, chiar și lucrurile care se presupune că sunt urâte –ca să pară reale, trebuie să aibă un aspect plăcut⁸⁹ (S. Voinea, comunicación personal, Septiembre 6, 2011).

Augusta Lazarov resume en tres palabras estas claves del éxito de las telenovelas latinoamericanas en Rumania, que podrían ser de hecho válidas para cualquier tipo de telenovela en cualquier país del mundo: “historia”, “actores” y “localizaciones” (A. Lazarov, comunicación personal, correo-e, Septiembre 15, 2011). De aquí podemos desprender la universalidad de las razones que hacen que este tipo de series melodramáticas gusten tanto y que, además, sirvan en el caso de las producciones locales rumanas como elementos claves que garanticen también el éxito de las producciones nacionales.

Estos elementos, que los profesionales de la adquisición y de la producción de telenovelas en Rumania enumeran y que consideran que influyen altamente en que una telenovela tenga más o menos éxito, tienen una máxima importancia en la configuración de los criterios de selección y de adquisición de las telenovelas latinoamericanas en Rumania, que vienen detallados a continuación. Se verá cómo la trilogía casi inspirada del mundo clásico de “tiempo-espacio-lugar” se adapta aquí para conformar unas reglas de base para respetar a la hora de evaluar una telenovela latinoamericana y estimar su potencial éxito en un país como Rumania.

⁸⁹ “Por definición, la telenovela, tanto en Rumania como en Latinoamérica es un producto “aspiracional”. Digamos que los rumanos son un tipo de público que se asombra frente a las riquezas de otros (casas, coches lujosos, manera de vestir). En este sentido, la telenovela es un producto “aspiracional”. Es decir, incluso las cosas que se supone que son feas –para parecer reales, tienen que tener una apariencia agradable” (traducción de la autora).

3.6.2 Lógicas de adquisición y selección de las telenovelas latinoamericanas

Según Antoanella Ungureanu, quien fue responsable de la adquisición de telenovelas latinoamericanas para *Acasa TV* durante seis años, los criterios formales y de fondo de las producciones que contribuyen en la decisión final de la adquisición son múltiples y prevalecen según importancia. Aún así, el factor decisivo lo constituye la telenovela propiamente dicha, en tanto que producto (A. Ungureanu, comunicación peronal, correo-e, Julio 5, 2011). Conviene destacar el hecho de que acordamos una atención particular a estos criterios porque, así como se emplean a la hora de elegir bien una telenovela latinoamericana para adecuarse a un público específico –en nuestro caso, el rumano– serán determinantes también para la propia producción de telenovelas rumanas adaptando el modelo latinoamericano. Detallar estos criterios sirve, entonces, para comprender tanto las lógicas de adquisición de telenovelas latinoamericanas, como aquellas de producción de telenovelas rumanas. Dicho de otra forma, suponemos que lo que atraería al público rumano en las producciones latinas, lo haría también en el caso de las producciones autóctonas. Asimismo, los considerantes empleados a la hora de adquirir telenovelas se tomarán en cuenta en el caso de las series producidas en Rumania.

Ungureanu comenta que el éxito de una telenovela en el país de origen no es un criterio, sino que, más bien, puede ser una trampa inducida a veces por un cierto “esnobismo” (A. Ungureanu, comunicación peronal, correo-e, Julio 5, 2011). Ines Năstăsioiu, la actual directora de adquisiciones de *Acasa TV*, comparte la misma opinión, afirmando que el éxito que una telenovela tiene en el país de origen no es el más importante criterio de selección a la hora de comprarla. Una telenovela exitosa en América Latina no es necesariamente una telenovela que logre altas audiencias en otros países y viceversa. Existen telenovelas que no tuvieron un éxito rotundo en el país de origen pero que en Rumania han sido recibidas muy bien por el público.

Para justificar su afirmación Năstăsioiu ofrece como ejemplo el caso de la producción de Televisa *Salomé* (2001-2002), emitida en el año 2002 en Rumania por el canal *Acasa TV*, que en México no había gozado de altas audiencias, mientras que en Rumania pasó todo lo contrario situándose entre las primeras posiciones en cuanto a las audiencias durante el tiempo que fue emitida (I. Năstăsioiu, comunicación personal, Septiembre 11, 2011).

Por lo tanto, un factor importante para lograr una buena compra es haber efectuado un estudio atento del público objetivo, aspecto que detallaremos en el siguiente sub-capítulo cuando nos referiremos más detenidamente a los distintos segmentos de audiencia a los que va dirigida la telenovela. Además, es muy importante el *feedback* de los telespectadores del país de origen en relación con el producto, que se mide por las cuotas de audiencia, siendo el telespectador el mejor barómetro. (I. Năstăsoiu, entrevista personal).

Desde su larga experiencia, Ungureanu enfatiza en que la producción puede ser asociada a un gran éxito solo después de la visualización – del “screening” de 20-30 capítulos, previo a la compra de la telenovela. Otro punto digno de tomar en consideración es el realismo de la producción – por lo increíble que parezca la historia contada (A. Ungureanu, comunicación personal, correo-e, Julio 5, 2011).

En primer lugar, se prefiere que los temas y la producción no sean demasiado locales. Es de desear que las tramas y sub-tramas sean más universales, y el mismo patrón se aplica también a los detalles de fondo, a los personajes principales y secundarios, con el fin de facilitar la decodificación por una audiencia internacional. En cuanto al guión, esto significa que la importación y el apego de las audiencias, que es el objetivo que se persigue, es más fácil al tratar problemáticas menos específicos de un país, como los problemas políticos, de economía, o la presencia de ciertas figuras históricas sin relevancia para audiencias que no sean las nacionales (A. Ungureanu, comunicación personal, correo-e, Julio 5, 2011).

Es interesante nombrar también otros criterios expresados por la ex directora de adquisiciones, considerados *sin equa non* a la hora de escoger una telenovela frente a otra. Una buena historia que tenga la capacidad de ser única y cautivadora y de desarrollar hilos narrativos paralelos interesantes es esencial. La telenovela tiene en el centro una historia de amor, muchas veces prohibido, parece ser también un elemento fundamental. Se añaden una producción de calidad y un fondo sonoro agradable:

[...] lo más importante es la historia de amor y la forma cómo ésta está contada. Es muy importante que desde el principio el público sepa cuales son los personajes principales. Hemos tenido novelas que no han puesto la historia de amor en primer lugar, y hemos descubierto que esto no es bueno. [...] Saber cuáles son los dos personajes principales es esencial. Luego están la producción y la música. Las que tienen música pegadiza, que cuando la gente la oiga vayan

corriendo a ver la novela, es clave (“Tienen más fans que Michael Jackson”, 2003).

Un ejemplo de historia exitosa, según Ungureanu, sería la que tendría como idea central el amor y sus consecuencias entre un musulmán y una cristiana; o que un niño blanco que nace en una comunidad de mulatos; o que en la noche de la boda, la novia se vaya con otro hombre. Estos serían los “ganchos” que los escritores manejan desde el primer capítulo con el fin de que las audiencias vuelvan para los siguientes capítulos. Lo que busca un buen adquisidor de telenovelas es justo la densidad de los “ganchos” contruidos de la forma la más realista posible desde la escritura (A. Ungureanu, comunicación personal, correo-e, Julio 5, 2011).

Otro criterio relevante es que aquella historia de amor esté interpretada por protagonistas con un físico atractivo, según los mismos principios que el cine de Hollywood. Que los actores sean conocidos representa una ventaja. La belleza física es importante también en las telenovelas. Es generada y a la vez genera una preocupación especial por la manera de ser y de vestir, bastante presente en América Latina. Por consiguiente, según Ungureanu, los nuevos actores jóvenes, guapos y desconocidos (pero al mismo tiempo sin experiencia en actuación) son una categoría que genera cierta envidia para los actores más mayores. Es algo muy común encontrar a chicas de instituto haciendo cola para recibir el papel principal de la nueva producción de *Televisa* (A. Ungureanu, comunicación peronal, correo-e, Julio 5, 2011).

Profundizando en las características de los héroes, Ungureanu pone como requisito que éstos sean gente normal, que hagan cosas habituales: trabajar en el campo, ir en coche, esperar el autobús, para estimular el poder de identificación del espectador con el personaje (A. Ungureanu, comunicación personal, correo-e, Julio 5, 2011).

El ritmo ágil también es esencial. Éste confiere dinamismo al guión, cuando cuenta con diálogos breves y explícitos, sin muchos momentos de silencio prorrogado. Más allá de esto, la directora de adquisiciones también tomaría en cuenta, a la hora de apostar por una telenovela, que haya una proporción bien equilibrada de escenas de interiores y de exteriores, de momentos estáticos y de momentos de acción – que pueden ser representados, por ejemplo, por un conflicto tenso o por una persecución en coche: “Lo que distingue la telenovela actual a la de hace 20 o 30 años –cuando los actores eran filmados de la cintura para arriba paseando por un escenario de interior– es

que ésta empieza a parecerse cada vez más a las películas de acción” (A. Ungureanu, comunicación personal, correo-e, Julio 5, 2011).

Volviendo a la toma de escenas, la prevalencia de escenas exteriores es un punto más a favor de una telenovela susceptible de ser exitosa ante el público. Al igual que las escenas filmadas en interior, las escenas de exterior son minuciosamente realizadas: el pueblo, el callejón, la calle de una metrópolis o un barco donde se celebra una fiesta. En la telenovela también el ojo formado de un director de adquisiciones observa la innovación a nivel de las maneras de rodar y el ingenio, con tomas desde arriba u a cierta velocidad, lo que representa una marca de calidad de la producción y, por consiguiente, su apreciación por parte de los espectadores (A. Ungureanu, comunicación personal, correo-e, Julio 5, 2011).

La decoración fastuosa (los coches de lujo, mansiones con piscinas) se suma también a los criterios, a menudo haciendo contraste con el entorno pobre de casas de tierra y establos. La trama se urde alrededor de dicotomías: la lucha entre el bien y el mal, la diferencia material y moral o entre ricos y pobres. En general, los seguidores de telenovelas son los que no tienen estas riquezas materiales y, como mediante cualquier programa de televisión, lo que se intenta a través de estas producciones es conseguir que el espectador se evada a este mundo (A. Ungureanu, comunicación personal, correo-e, Julio 5, 2011).

Resumiendo, la adquisición de telenovelas es un proceso que requiere de experiencia y de un profundo conocimiento del perfil del público seguidor. Según las afirmaciones de las dos directoras de adquisiciones de telenovelas para el canal *Acasa TV*, un conjunto de factores como una historia única, interpretada por protagonistas con apariencia atractiva, donde el ritmo ágil consiga alternar un “diálogo visual” de escenas de interiores y exteriores entre decoros fastuosos y exóticos que logren exaltar la imaginación del espectador, hasta incitarle a la ensoñación, constituyen los ingredientes del éxito de las telenovelas latinoamericanas en Rumania.

3.6.3 Lógicas de transmisión de las telenovelas y segmentos de audiencia correspondientes

Aunque en esta tesis no se vaya a profundizar en el estudio de audiencias de la telenovela latinoamericana en Rumania, consideramos interesante explicar brevemente

la relación entre franjas horarias y segmentos de audiencia en el caso del público rumano e ilustrarla con algunos ejemplos concretos. Con esto se pretende, sobre todo, fundamentar las lógicas de adquisición y observar las lógicas de programación, de acuerdo con los cambios impuestos por la convergencia mediática y con la amplia oferta de emisiones y de series de televisión internacionales en el mercado audiovisual rumano. Estos factores influyen en la elección y la distribución de telenovelas latinoamericanas en Rumania –que consideramos que están estrechamente ligadas al tipo de público al que van dirigidas, y que son detalladas en el sub-capítulo anterior.

La lógica de transmisión de las telenovelas latinoamericanas está concebida de acuerdo con su temática y dividida por franjas horarias, dedicadas a distintos tipos de público para cubrir un amplio sector de audiencias.

Si consideramos la audiencia como elemento clave en el ciclo producción – emisión, entonces podemos afirmar que es el vínculo que une la producción con la distribución y la transmisión. Es la que genera la demanda a raíz de los hábitos de consumo televisivo y de los gustos que se le crean a partir de la programación ofertada. Si nos basamos en las afirmaciones de Cantor y Cantor, entonces vemos que la audiencia es, de hecho, una fuente de beneficios económicos generados a través del consumo: “What television is selling is not drama, but the audience. The market system is made up of those who are in staff positions and make decisions about how to appeal to viewers and those who are on the line making drama” (Cantor y Cantor, 1992: 84). En este caso, los directores de adquisiciones deciden sobre el tipo de melodramas que consideran que tendrían más éxito con las audiencias, mientras que los productores están atentos a lo que más se demanda de acuerdo con los análisis de mercado, con la cantidad de ventas y, muchas veces, basándose en la intuición: “Under the demand formulation, the content comes from the creators who, through knowledge gained either from mystical intuition or through rational processes (such as market research), are simply conduits for their audiences” (Cantor y Cantor, 1992: 86).

En relación con el conocimiento del público al que van destinadas las telenovelas –tan necesario a la hora de adquirir melodramas–, viene la lógica de la emisión, compartida por Cabrujas “qué hora es y quién la está viendo” (2002: 217), que es reflejada por la división por franjas horarias. Esta división se hace como en el caso de otros programas televisivos y como en otros países –apoyándose en el cálculo de datos

de audiencia, medidos en base a una muestra representativa de la población rumana⁹⁰ (A. Ungureanu, comunicación personal, correo-e, Julio 5, 2011).

Los mismos factores se toman en cuenta también a la hora de producir un cierto tipo de telenovela: “Those creating and producing the shows try to please the powerful gatekeepers who control distribution by making shows that will attract the most viewers with the right demographic characteristics” (Cantor y Cantor, 1992: 84). Considerando el hecho de que las telenovelas se escriben para ciertas franjas horarias, muy pocas veces se emitirán en franjas horarias que no les son asignadas desde el principio⁹¹: “Las telenovelas tienen su público y no se trata de que uno se imagine el tipo de audiencia para el que le gustaría escribir” (Cabrujas, 2002: 217).

En este sentido, Ungureanu afirma que el equipo⁹² que se encarga de la adquisición de telenovelas tiene presente el hecho de que durante las mañanas, de 10 a

⁹⁰ Los datos de audiencia se miden diariamente y provienen de un total de 1200 viviendas representativas a nivel nacional, seleccionadas por Asociația Română de Măsurare a Audiențelor (ARMA)/Asociación Rumana de Medición de las Audiencias, a partir de criterios como el número y edades de los miembros de la familia, el número de aparatos de televisión existentes en el hogar, número de hijos, nivel de estudios, etc. En el año 2012, había un total de 53 canales de televisión monitorizados en Rumania, que compraban los datos de audiencia a ARMA (I. Bratu, comunicación personal, Junio 19, 2012).

⁹¹ Sin aportar novedad alguna respecto a otros países, el proceso de adquisición en Rumania sigue la misma pauta: los precios de las telenovelas se establecen en función de las franjas horarias en las que se emiten. Durante la fase de negociación con vistas a la adquisición de una telenovela, se especifica el detalle del momento del día para el que la telenovela ha sido concebida. Los proveedores relacionan el precio de la telenovela con las distintas franjas horarias, sabiendo que los precios de los spots publicitarios son mucho más altos en *prime time* que en la franja matutina o en la de la tarde (A. Ungureanu, comunicación personal, correo-e, Julio 5, 2011).

⁹² De forma general y sin pretender enfocarnos en el caso específico de Rumania, mencionamos que tanto los criterios de selección y de adquisición, como la lógica de emisión de las telenovelas están bien pensadas y la toma de decisión la tiene un equipo constituido por especialistas que tienen un buen conocimiento del público al que van destinadas las producciones y, sobre todo, que conocen los intereses del canal que las emiten. “In the case of television drama, those making the decisions are the network officials or other financiers and distributors” (Cantor y Cantor, 1992: 84). El equipo encargado de adquisición de telenovelas de *Acasa TV* está conformado por: el director del canal, el director de adquisiciones, el director de marketing y el encargado de relaciones públicas (A. Ungureanu, comunicación personal, correo-e, Julio 5, 2011). Después, interviene el patrocinador, quién decide si la telenovela se mantendrá en el aire, en el caso en el que cumple con las expectativas de audiencia: “Behind all of this is the sponsor, who will keep the drama on the air if and only if the drama reaches those people who are potential buyers of the sponsor’s products” (Cantor y Cantor, 1992: 84).

12 horas, la audiencia está conformada sobre todo por ancianos, mujeres (amas de casa) y niños —que ven telenovelas con el acuerdo de sus padres o abuelos, a cuyo cargo se encuentran, particularmente aquellos que estudian en horario de tarde, con edades comprendidas entre 11 y 14 años. Durante las tardes los seguidores son mayoritariamente, adolescentes y mujeres y en *prime time*, mujeres y hombres. Por lo tanto, las telenovelas mañaneras son protagonizadas por personajes niños y ancianos. Los niños también son actores en historias que cuentan aventuras del colegio o de la escuela infantil (A. Ungureanu, comunicación personal, correo-e, Julio 5, 2011).

Las telenovelas que cuentan con la actuación preponderante de adolescentes y padres son emitidas prioritariamente por las tardes. Estas telenovelas tienen como tema central la vida de los adolescentes y cuentan del primer amor, del deseo de emancipación, de la relación entre padres e hijos, de las amistades, compañeros y de la vida de instituto. Una telenovela cuyo público objetivo son los jóvenes, *Rebelde* (México, 2004-2006), fue emitida en Rumanía por *Acasa TV* entre los mismos años de la producción, en horario 18:20-19:20.⁹³ Otros ejemplos de telenovelas más representativas que han logrado captar la atención de los jóvenes rumanos: *Carita de Ángel* (Televisa, México, 2000) que fue emitida en Rumania a las 7 de la tarde en el año 2001 y tuvo éxito en toda la familia; *Locura de Amor* (Televisa, México, 2000) que se vio en Rumania en el año 2000.

En el caso de las telenovelas emitidas en *prime time*, el tono cambia y los temas se vuelven más viscerales, con enfoques más generalistas y llamativos para todos los tipos de públicos, incluidos los hombres. Una telenovela que fue muy exitosa en Rumania fue *El Clon* (Rede Globo, Brasil, 2001-2002), que trata de problemas sociales como el del consumo de drogas y del embarazo no deseado, atrayendo el interés tanto a hombres como a mujeres. Fue emitida en el año 2002 entre el intervalo horario 21:55-22:55 por el canal *Acasa TV*. *Juana la Virgen* (Coral, Venezuela, 2002) fue emitida en Rumania en 2003, entre las horas 22:20-23:10, teniendo éxito en todos los sectores de la audiencia.

Según Ungureanu (A. Ungureanu, comunicación personal, correo-e, Julio 5, 2011), la audiencia masculina también está representada en Rumania como público de

⁹³ Todos los datos que se refieren a los años de transmisión de las telenovelas latinoamericanas en Rumania y sus respectivos horarios de transmisión fueron facilitados por *PRO TV S.A.* (Central European Media Enterprises - Rumania)

telenovelas, notándose más en el caso de telenovelas como *Yo soy Betty, la Fea* (RCN Televisión, Colombia, 1999-2001) –en las pantallas rumanas en 2001–, *El Clon* y *Salomé* (Televisa, México, 2001-2002) – en Rumania en 2002, las tres emitidas en *prime time*. Los representantes de este segmento de público demostraron su interés, indicado por las cifras de audiencias, también para *La Venganza* (Telemundo, Colombia, 2002), Rumania: 2003, siendo una de las razones de su interés el hecho de que dichas telenovelas tienen más acción que otras.

Con respecto a la programación de las telenovelas en Rumania, Ines Năstăsioiu explica dentro de la *Sexta cumbre de Telenovelas y Ficción*:

En este momento, en *Acasa TV*, tenemos ocho slots (franjas) de telenovelas de lunes a viernes, en first run (estrenos). Estos segmentos horarios emiten novelas locales y latinoamericanas. Los fines de semana tenemos cinco franjas con estrenos rumanos y extranjeros. Esto da la pauta del interés y avidez de los espectadores por el género (“6ta Cumbre Mundial de Telenovelas y Ficción”, 2008).

En cuanto a las audiencias de las telenovelas latinoamericanas en Rumania en general, ésta está compuesta mayoritariamente por personas entre 16 y 49 años. Una audiencia importante la constituye también el público entre 50 y 69 años, aunque menos representativo numéricamente. Los horarios de emisión son programados atendiendo igualmente a la edad: así, la telenovela de las 5 de la tarde está dirigida a mujeres entre 25 y 50 años. La telenovela que se puede visionar a las 20 horas es la que corresponde al *prime time*, dedicada al público de todas las edades, pero particularmente al público adulto, incluyendo al público masculino, mientras que la que se transmite a las 22 horas es la apuesta del canal: debe de conservar la estructura clásica, pero debe de ser además muy original y entretenida, como lo son *Salomé* y *El Clon*, tal como afirma Antoanella Ungureanu (“Tienen más fans que Michael Jackson”, 2003).

3.6.4 Muestra ilustrativa de telenovelas latinoamericanas exitosas en Rumania

Después de haber visto cuales son los parámetros identificados por los responsables de adquisición y de programación como claves del éxito entre el público rumano, y después de haber pasado en revista los criterios de selección, de adquisición y de transmisión de las telenovelas, consideramos necesario ofrecer una muestra selectiva de algunas de las telenovelas latinoamericanas que más éxito han tenido en Rumania, cuyos modelos consideramos que representaron una fuente de inspiración para las producciones nacionales. Repasar brevemente el contenido de dichas telenovelas e identificar elementos específicos a los modelos de telenovela latinoamericana (particularmente el mexicano y el brasileño) tiene como finalidad destacar ciertas particularidades que encontraremos también en las producciones rumanas. Este recorrido por las producciones latinoamericanas más ilustrativas en cuanto a los modelos adoptados y adaptados en Rumania permitirá ver, además, los elementos genuinos, específicos que se añaden a las telenovelas rumanas. Podríamos pensar en un proceso de deconstrucción del modelo de telenovela latinoamericana, para recomponerlo después en la telenovela rumana. Este aspecto en particular lo exploraremos más en detalle y con ejemplos cuando tratemos de la producción de telenovelas rumanas.

El Clon (Rede Globo, Brasil, 2001-2002), *Terra Nostra* (Rede Globo, Brasil, 1999-2000), *Yo soy Betty, la Fea* (RCN Televisión, Colombia, 1999-2001), *Cuando seas mía* (TV Azteca, México, 2001-2002), *Salomé* (Televisa, México, 2001-2002), *Amor Real* (Televisa, México, 2003) y *Si tú supieras, María Isabel* (Televisa, México, 1997-1998), son sólo algunos de los títulos representativos de telenovelas que han logrado conseguir datos altos de audiencia en Rumania⁹⁴ (Ver Anexo 3).

El Clon / O Clone, telenovela brasileña producción de Rede Globo entre 2001-2002, exportada a más de 90 países, ha tenido un gran éxito en Rumania en el año 2002. A raíz de este éxito, fue retransmitida entre marzo-noviembre de 2009 por cuarta vez, esta vez en su versión original en portugués (ha sido, además, emitida en otras dos ocasiones doblada al español y con subtítulos en rumano⁹⁵). Las altas audiencias que ha

⁹⁴ Las telenovelas mencionadas son seleccionadas entre las 20 telenovelas más vistas en Rumania en el canal *Acasa TV* entre los años 1998 y 2011.

⁹⁵ Si recordamos la afirmación de la ex directora de adquisiciones de telenovelas del canal *Acasa TV*, se ha observado que, a pesar de la calidad de las telenovelas brasileñas, del rigor y de la excelencia de los modos de producción, los rumanos prefieren las telenovelas en lengua española a las de lengua portuguesa. Consideramos que por esta razón la telenovela *El Clon* se emitió en su versión doblada en

logrado esta telenovela están basadas en la temática, que viene cargada con atributos educativos: antes que todo, la presentación de dos mundos culturalmente contradictorios –el occidental y el árabe–, las diferencias culturales y de índole tradicional que estos dos mundos pueden manifestar a la hora de interaccionar. La telenovela presenta la historia de amor entre Jade, una joven de origen marroquí criada en Brasil, obligada, por circunstancias familiares a volver a Marruecos y Lucas, un joven brasileño, que se enamora de ella mientras está de viaje como turista en Marruecos. Las duras leyes islámicas según las cuales Jade tiene que adecuar su comportamiento le prohíben actuar como una mujer del occidente, que fue donde se crió. En choque cultural que vive y todos los obstáculos que encuentra su amor con Lucas es una de las múltiples vertientes abordadas por Gloria Pérez, la guionista de esta telenovela brasileña.

A parte del encuentro de dos culturas diferentes, se presentan otros temas de interés educativo como el problema de la droga, el alcoholismo o de la bioética en cuanto a la creación de un clon, visto como un acto de desafío en contra de Dios. La clonación humana, un tema nunca antes visto en telenovelas que impactó al público de muchos países (“The Clone”, s.f.). Debido al abordaje de estos temas de interés, además del uso de escenarios naturales, grandes escenografías y tomas majestuosas, *El Clon* es, según la apreciación del público rumano, reflejada por los datos de audiencia alcanzados, una de las mejores telenovelas brasileñas y una de las mejores telenovelas de la historia, tanto por la calidad de su contenido como por la calidad de su producción.

Terra Nostra, otra producción brasileña, producida y transmitida por *Rede Globo* en 1999-2000 y en Rumanía por *Acasa TV* en el año siguiente, ambienta su escenario en Brasil entre finales del siglo XIX e inicios del siglo XX. Gran parte de la historia transcurre en la Hacienda del Café en São Paulo. La historia romántica entre Giuliana y Matteo, dos inmigrantes italianos que se encuentran en la búsqueda de una vida mejor en tierras brasileñas, ilustra todo un fenómeno de la inmigración italiana en Brasil a finales del siglo XIX. En cuanto a la producción de esta telenovela, la *Rede Globo* tuvo impresionantes inversiones: para la muestra de los inmigrantes a bordo de un barco que llegaba a Brasil, se invirtieron 1,2 millones de reales, mientras que el primer mes de la grabación generó un coste de 4 millones de reales. La elección de un

español: "Hemos pasado novelas en portugués que eran muy buenas pero no tenían éxito. Investigamos y nos dimos cuenta de que el problema era el idioma, y por eso empezamos a comprar la versión en español de los productos de Globo. El español es un idioma muy querido entre los rumanos" (“Tienen más fans que Michael Jackson”, 2003).

barco adecuado para el rodaje representó una provocación para los realizadores, dado que el barco que correspondía a las exigencias de los productores se encontraba en el sur de Inglaterra. Esto determinó el desplazamiento del equipo de rodaje a Southampton, donde se grabaron las secuencias que aparecen en los primeros capítulos de la telenovela (“Terra Nostra”, s.f.). Además de las secuencias de imágenes grabadas especialmente para la telenovela, se insertaron varias imágenes de documental, para conferir mayor veracidad a la trama. Fue distinguida con numerosos premios, entre los que cabe mencionar el *Troféu Impresa* para la menor novela y el *Troféu APCA*⁹⁶ para el mejor programa de televisión (“Terra Nostra”, s.f.).

En *Yo soy Betty, la fea*, telenovela colombiana creada por Fernando Gaitán, la idea central es que la belleza triunfa al final, doblada por la inteligencia que permite una transformación radical del personaje que lleva al cumplimiento del amor galán, profundamente arraigado en el imaginario latinoamericano. La línea de la narrativa, inspirada del tema del “patito feo” que se convierte en “cisne”, muestra el ritmo de las transformaciones que ocurren a medida que la acción avanza y una vez que las pruebas a cumplir para lograr el objetivo final están superadas. En las versiones locales que se hicieron a partir de esta telenovela, que es un ejemplo perfecto de lo que es la *glocalización* de un modelo de telenovela a nivel internacional, el mito del patito feo que se convierte en cisne gracias a su inteligencia se mantiene y reproduce con particularidades locales, no solo en su contenido sino en sus mecanismos sociales de representación.

Estas transformaciones siguen el esquema de la telenovela latinoamericana, pero también del cine hollywoodense. El objetivo final, en este caso, es demostrar que el galán se enamora de la belleza interior de la protagonista, a pesar de su fealdad exterior. El objetivo es logrado en el momento en el que el galán descubre a la mujer ideal, no en su aspecto físico, sino en su fondo interior que es revelado.

El autor colombiano declaró: “Betty es una confirmación de que uno tiene que hacer novelas de su país, con su humor propio” añadiendo luego que “Uno tiene que tener claro que el éxito de la telenovela depende del grado de identificación que el colectivo tenga con los personajes” (Gaitán, citado en Mato, 2001: 5).

⁹⁶ Asociación Paulista de Críticos de Artes tiene sus orígenes en la sección paulista de la *Asociación Brasileña de Críticos Teatrales (ABCT)*, con sede en São Paulo, Brasil.

El secreto del éxito de esta telenovela en particular se resume, según su creador, en tres razones. Antes que todo, considera que la vanidad femenina es universal en cualquier cultura, mientras que la fealdad es un hecho común y la belleza es excepcional. Betty cuenta, desde este punto de vista, la historia de muchas mujeres que, dejando de un lado la fealdad, son pobres, marginadas y rechazadas y les cuesta mucho trabajo ascender socialmente y laboralmente. En segundo lugar, el humor fácil de comprender a pesar de tener muchas veces una tendencia local ha logrado la universalidad en el sentido que Betty acepta su tragedia y la reconoce con humor. Además, la contradicción del personaje frente a su mundo, frente a la belleza y al glamour, ha constituido un punto importante en conferir un carácter universal a la telenovela. La tercera razón, según Gaitán, es que el contexto de los sucesos es natural, sin estar construido, ni inventado –lo que es visible para el público de la telenovela. Al parecer, las tres razones de éxito se convirtieron en logros, esta telenovela reuniendo a familias enteras rumanas y del mundo entero frente a la pequeña pantalla para luego trasladarse virtualmente durante 45 minutos en el mundo de la *Ecomoda*⁹⁷. El éxito de Betty generó una producción *spin-off* con el título de la misma empresa de moda: *Ecomoda*.

Betty la fea en versión original concebida por RCN en 2000 fue retomada por Televisa en 2006 bajo el título de *La fea más bella*. Aunque parezca la misma historia, que contribuye a la impresión de homogeneidad, la adaptación es local. Con esta telenovela el éxito global se convierte en éxito “glocal”, ya que más de trece versiones locales se han producido en todo el mundo. Algunos ejemplos son *Verliebt in Berlín* (Alemania 2005), *La fea más bella* (México 2006) y *Yo soy Bea* (España 2006)⁹⁸.

Es interesante detenernos sobre la versión estadounidense realizada por la productora norteamericana ABC, que recreó en 2006 a la *Ugly Betty*. La especificidad de esta versión consiste principalmente en la adaptación de la trama de *Ugly Betty* a la

⁹⁷ La empresa de moda donde empieza Betty a trabajar como secretaria, para luego convertirse a través de su inteligencia en la directora de la misma empresa.

⁹⁸ Las otras versiones son: *El amor no es como lo pintan* (TV Azteca, México 2000), *Jassi Jaissi Koi Nahin* (India, 2003), *Esti Ha'mechoeret* (Israel, 2003), *Ne rodís'krasivoy* (Rusia, 2005), *Sensiz Olmuyor* (Turquía, 2005); *Lotte* (Países Bajos, 2006), *Μαρία η άσχημη* (Grecia, 2007), *Ne Daj se Nina* (Croacia, 2007), *Ošklivka Katka* (República Checa, 2008), *Sara de Roose* (Bélgica, 2007-2008), *Ugly Betty* (ABC, 2006-2007). En el año 2007 se estaba produciendo la versión china titulada *La fea sin rival* (Quispe-Agnoli, s.f.).

realidad de la inmigración mexicana en Estados Unidos. Por tanto, como resultado de la *glocalización* de la historia, Betty aparece vestida con un poncho mexicano y habla inglés con acento mexicano.

Cuando seas mía (2001-2002), producción de la mexicana TV Azteca, es una adaptación de la telenovela colombiana *Café con aroma de mujer* (1994-1995) que fue una de las telenovelas más populares de la televisión colombiana, creada por Fernando Gaitán, el autor de la exitosa producción *Betty la fea*. La versión mexicana es una adaptación de la telenovela colombiana a la realidad mexicana, modificando los personajes y reescribiendo sus perfiles para la audiencia mexicana. La protagonista, Teresa Suárez “Paloma”, es una chica pobre que trabaja como recolectora en los cafetales de la hacienda Casa Blanca en Veracruz. Los cafetales son propiedad de la familia Sánchez Serrano. Después de la muerte del dueño, patriarca de la familia, Paloma conoce a uno de los nietos del dueño, Diego Sánchez Serrano y se enamora de él, quien a su vez le corresponde. Gran parte de la telenovela tiene en el centro la actividad recolectora llevada a cabo en las plantaciones de café y el funcionamiento de la importante compañía exportadora de café “El Cafetalero”. *Cuando seas mía* es una telenovela de las conocidas como “cebolleras”⁹⁹, que muestra la popularidad del género y que alienta al público femenino a seguir telenovelas, debido que en la misma telenovela, la madre de Paloma ve telenovelas – aunque no haya referencia explícita a ninguna telenovela y a ninguna productora en particular. La telenovela ha tenido también un papel social y educativo dado que en ella se aborda también el tema de la inseminación artificial para madres con dificultades para tener hijos.

Salomé (2001-2002), que llegó a Rumania en 2002, lleva el nombre de la protagonista, personaje construido alrededor del mítico ícono de seducción femenina peligrosa de las escrituras bíblicas. Retomado por Oscar Wilde en su pieza de teatro *Salomé* y, a raíz de ésta, introducido en la ópera por Richard Strauss, el motivo de la *femme fatale* vuelve en una telenovela de producción mexicana de Televisa de 2001. La actriz Edith González¹⁰⁰ cumple aquí el papel de una bailarina de cabaret en el salón de espectáculos *D’Rubí* de la Ciudad de México de los años 1980. Su belleza y sensualidad cautivan al público, pero detrás de las apariencias se esconde una persona sensible

⁹⁹ Se refiere a que es destinada a vender, a hacer publicidad.

¹⁰⁰ Se hizo muy famosa en Rumania sobre todo con el papel de *Salomé*, será invitada a actuar en 2007 en una telenovela rumana.

devorada por una lucha interior permanente. Una historia de amor prohibido entre los dos personajes: Salomé, la bailarina de cabaret y Julio, un hombre casado, desencadena el suspense de un capítulo a otro. Los espectadores rumanos siguieron la trama urdida con situaciones adversas y dolorosas, que Salomé está obligada a enfrentar para defender a su amor.

Amor Real, producción del 2003 transmitida en Rumania en el mismo año, está inspirada por la telenovela mexicana *Bodas de odio* realizada en 1983. Se une a las demás producciones mexicanas enumeradas anteriormente que han conseguido fidelizar al público rumano mediante una historia de época que inspirará más adelante una telenovela rumana. *Bodas de odio* y *Amor Real* cuentan, con dos décadas de diferencia, una misma historia donde solo los protagonistas cambian, donde la pasión se convierte en el motor que mueve al mundo. La historia es ambientada en el siglo XIX, en una época marcada por la moralidad victoriana del periodo post-independentista. El ingrediente de base, de esta historia ubicada en 1860 es la pasión, tal como lo sugiere el título mismo.

El actor Mauricio Islas que actúa junto a Adela Noriega, conformando la pareja sometida a vicisitudes, opina sobre la telenovela, resumiendo los elementos que atraen al público y que generan el éxito de la producción: “Yo creo que es una historia, un elenco y una producción maravillosos, desde iluminación, maquillaje, peinados, vestuario, todo, hay una dirección maravillosa, actuaciones muy buenas, pero la clave para mí de todo esto es que hay mucha pasión y sé que el público se va a apasionar de la historia como nosotros nos hemos apasionado con nuestros personajes y como la producción por hacerla” (“Amor real”, s.f.).

Si tú supieras, María Isabel (1997-1998) es el nombre de una telenovela mexicana producida por *Televisa*. Fue transmitida en Rumania en el año 2000. El tema de la telenovela es uno especialmente interesante, exótico y diverso para el público rumano. Se trata de una adaptación de la obra original de Yolanda Vargas Dulché, una de las más célebres escritoras e historietistas mexicana, de mediados del siglo XX. *María Isabel*. La telenovela cuenta la historia de una indígena Huichila que encuentra el amor en la ciudad, en un hombre de la clase alta. Su condición modesta y el nivel bajo de educación provocan diversos conflictos con su familia y la familia de su marido. La telenovela es relatada en diversas etapas de la vida de la protagonista. A través de su exotismo y la novedad de la experiencia que ofrece, consideramos que esta telenovela fue apreciada en Rumania, porque ofrece una perspectiva de acercamiento a la cultura

indígena de un pueblo mexicano. El mundo tan ajeno y tan desconocido de un pueblo perdido de México permite al público evadir de los problemas cotidianos para entrar en un espacio privilegiado, íntimo de la casa de los personajes, transponiéndose a través de la pantalla – lo que vemos como ilustración de la afirmación de Gledhill, conforme a la que “watching a TV drama is to enter an imaginary world which offers a qualitatively different experience of the activities of everyday life and from those media forms which claim to deal with the real world – such as the news and photojournalism” (2003: 340).

Las telenovelas presentadas más arriba son sólo algunas de las más representativas y exitosas de las que han formado parte de la programación del canal *Acasa TV*. Siendo ante todo un medio de entretenimiento, debemos tener igualmente en cuenta su función social y educativa, dado que las telenovelas constituyen un vehículo transmisor de valores culturales. Gracias a las telenovelas, la cultura latinoamericana, las costumbres y las tradiciones han llegado a ser conocidos en Rumania.

Así, el conocimiento sobre el mantenimiento de los cultivos de café y sobre cómo se realizan los trabajos en las plantaciones (temporadas de plantación y recolección del café) y el funcionamiento de las grandes compañías exportadoras de café (el Cafetalero mexicano y la hacienda del Café brasileña) está ilustrado en las telenovelas *Café con aroma de mujer*, *Cuando seas mía* y *Terra Nostra*. Problemas sociales como el consumo de drogas o el alcoholismo vienen tratados en *El Clon*, mientras que la telenovela *Si tú supieras*, *María Isabel*, cuenta, a través de la historia de María Isabel, una síntesis sobre los prejuicios y los estereotipos respecto a los pueblos indígenas. Resulta bastante fácil la comprensión de estos estereotipos y prejuicios, porque pueden ser comparados con los prejuicios que existen en contra de la minoría gitana en Rumania.

Todos estos elementos y especificidades culturales llegan a ser conocidos y reconocidos en Rumania por intermedio de la telenovela, además de características espirituales y el fondo sentimental latinoamericano que se identifica en cada telenovela y que constituye, de hecho, parte esencial constitutiva que está a base del melodrama televisivo de América Latina.

4. De lo global a lo local: la producción de series nacionales de ficción televisiva en los países de Europa Central y del Este

Como se ha visto en el capítulo anterior, las telenovelas latinoamericanas vienen cargadas de significados culturales cuya transmisión a otras culturas es facilitada por la transnacionalización. En el proceso de transnacionalización de la telenovela –en un principio como producto importado y ulteriormente como modelo para las producciones locales– la globalización ha tenido un rol fundamental. Las telenovelas han encontrado un público muy fiel en los países de Europa Central y del Este, donde han conseguido altas audiencias. Una vez asimiladas en la vida cotidiana de las sociedades receptoras, el éxito de este tipo de narrativas de ficción seriada actuó como un desencadenante, generando producciones locales a partir de los modelos originales adaptados a las respectivas culturas, reafirmando así los valores locales ante la tendencia homogeneizadora de la globalización.

Robertson observó que, más que generar homogeneidad, “globalization has involved the reconstruction, in a sense of production, of ‘home’, ‘community’ and ‘locality’” (1995: 30). Existe entonces una sutil relación de complementaridad, tal como sostiene también Waisbord, entre lo global, nacional y local, en las formas y en los contenidos de televisión, que los productores utilizan para generar proximidad entre los modelos globales y las adaptaciones locales: “The dichotomy between globalization as the agent of cookie-cutter commercial cultures or the force for cultural hybridity and resistance is false, however. Global media and the national are not antithetical but, actually, are integrated in complex ways” (2004: 367).

Desde un enfoque teórico, Nederveen Pieterse (1995) se refiere a la globalización como a un fenómeno que potencia lo local, visibilizándolo a través de un tándem ilustrado por la idea de “Think globally, act locally”. Estas dinámicas que se crean entre lo global y lo local, que generan la localización de lo global, o la “glocalización”, pueden adquirir múltiples matices y se pueden traducir a través de varios conceptos sinónimos surgidos de la reflexión académica durante las últimas dos décadas. Así, consideramos que términos como “glocalización” (Robertson, 1995), “hibridación” (García Canclini, 1990), “indigenización” (Appadurai, 1990), o “transculturación” (Rama, 1984: 32-33), pueden llegar a referirse al mismo proceso de

aplicación en la práctica, desde una perspectiva más culturalista y etnográfica que meramente globalizadora, de los enfoques teóricos globales a nivel local, que siguen la creación de nuevos productos.

Por lo tanto, partiendo de la idea que lo global y lo local son dos conceptos estrechamente relacionados a través de una simbiosis que los vuelve interdependientes, acordamos en que la idea de “global” no está contrapuesta a la de “local” (Buonanno, 1999), sino que la primera incluye a la segunda, configurándose en una multitud de formas cuya complejidad pretendemos abarcar en la primera parte de este capítulo. Después de la examinación de algunos conceptos clave que explican –a través de teorías como la de proximidad cultural o la de hibridación– la adaptación o la *glocalización* de modelos globales de series a nivel local, nos centraremos en algunos casos representativos de producciones nacionales en los países que han desarrollado una significativa industria productora de ficción televisiva seriada autóctona.

La aproximación a los casos concretos permitirá observar la aplicación de dichas teorías a entornos locales específicos y, al mismo tiempo, resaltar las diferencias que existen en las adaptaciones nacionales de país a país. Más específicamente, se destacarán las diferencias que puedan surgir por considerentes culturales y socio-históricos, como por ejemplo aquellas existentes en el fondo de referentes culturales de la población de países en cuya evolución han impactado el comunismo presente durante varias décadas y las transiciones ulteriores. Las implicaciones generadas tanto por la influencia comunista como por las transiciones a la democracia en los países de Europa Central y del Este se vuelven visibles a nivel formal y de contenido en las producciones adaptadas, desde el punto de vista de la temática y de la evolución del argumento, de la elección de personajes y de otros elementos que se verán explorados en los diversos casos.

Se pretenderá analizar, a lo largo del presente capítulo, cómo las teorías relativas a la globalización y a la localización contribuyen a crear varios conceptos, entre los cuales destaca el de “glocalización”, como el más adecuado en el caso de las adaptaciones de los modelos de telenovela latinoamericanos en Europa Central y del Este y se tratará demostrar cómo estas se aplican en el caso de la producción de telenovelas nacionales en Europa Central y del Este. Se examinarán, de manera comparativa, los casos de los países de origen eslavo que adaptan el modelo de telenovela latinoamericano, mientras que el estudio de la adaptación la telenovela en Rumania, como caso particular de “país latino en un mar eslavo”, se examinará

detalladamente en el último capítulo.

4.1 Dinámicas de la telenovela entre lo global y lo local

En cuanto a la relación entre lo global y lo local, es interesante la idea de Robertson (1995) en cuanto a que la globalización en el sentido de comprensión del mundo en su conjunto implica la correlación de las localidades. Giddens comparte una visión similar, en la que la globalización tiende a acercar distintas partes del mundo: “Globalization can thus be defined as the intensification of worldwide social relations which link distant localities in such a way that local happenings are shaped by events occurring many miles away and viceversa” (1991: 64).

En la perspectiva de Buonanno, lo “invasor” de lo global y las formas de resistencia y protección de las raíces culturales del lugar encuentran su equilibrio a través de una complementariedad constructiva:

[...] el local y el global, concebidos como dos polaridades estáticas y opuestas, asumen en esta visión propiedades esenciales e irreductibles: el primero coincide con la originalidad, la pureza, la expresión de una verdadera identidad, y representa la polaridad positiva y al mismo tiempo débil y vulnerable del sistema; el segundo es el sitio del no-auténtico y del postizo, de la falsa identidad, y encarna la polaridad fuerte, agresiva, magmáticamente entrometida (Buonanno, 1999: 24).

Según Robertson, el concepto de globalización supone la simultaneidad y la interpenetración de lo global y de lo local, o, en términos más generales, de lo universal y de lo particular: “the interpenetration of the universalization of particularization and the particularization of universalism” (1992: 100).

Más que enfrentarse como antagónicas polaridades de un universo cultural dicotómico, el local y el global encuentran espacios de recíproca intersección e interpenetración y pueden articularse el uno con el otro; no hay cultura, a menos que se conjete en su total aislamiento, que no incorpore una “diferente mezcla de ideas ‘alienígenas’” (Robertson, 1995: 41) y esto vale [...] tanto para la cultura que actualmente definimos como global que para las culturas locales” (Buonanno, 1999:

25).

Avanzando en el análisis, Robertson argumenta que la globalización ha contribuido a la reconstrucción de la “localidad” y de la “comunidad”. En este caso, lo local sería visto, desde la perspectiva de Robertson, como un “aspecto” de la globalización. Podríamos decir entonces, siguiendo la misma forma de razonamiento, que la idea de “localidad” es complementaria a la de “globalidad”, que se constituye de varios segmentos de localidad. Desde la óptica de Straubhaar, la globalización, añade varias capas de cultura a la producción televisiva, a los flujos de programación y a la consumación sobre los fondos culturales ya existentes (1997:81), mientras que Featherstone argumenta que la globalización tiene la propiedad de deshacer unidades culturales locales para crear complejidad cultural (Featherstone y Lash, 1995: 4).

4.1.1 De la deslocalización a la relocalización como retos de los mercados globales

La idea de descomposición de unidades culturales locales que reconstruyen estructuras culturales complejas determinó a Giddens a referirse a “la intersección de la presencia y de la ausencia” sobre periodos de tiempo y sobre espacios amplios. Esta ampliación de las relaciones sociales sobre tiempo y espacio involucra, principalmente, una disociación o una “ausencia” de las actividades locales y tradicionales y elementos culturales, seguida por una reconstrucción o “presencia” de actividades y de elementos culturales lejanos en el mismo contexto local (1991: 21).

En base a esta reflexión, podemos afirmar que esta teoría de las “contextualidades locales” en interacción con los procesos globalizadores es aplicable también en el caso de la telenovela, que puede llegar a convertirse en producto global a partir de uno local, mediante el fenómeno de la “deslocalización”. Partiendo de la afirmación¹⁰¹ de Waisbord con respecto al éxito restringido a zonas determinadas donde

¹⁰¹ “Audience preferences for domestic content presents television executives with a dilemma: content that is strongly embedded in local and national cultures has a better chance to be successful domestically, but it is less likely to find interested buyers and enthusiastic audiences abroad. [...] This is why productions that in the industry lingo are “too local,” such as “period” telenovelas or those heavily immersed in local politics, have a harder time finding international markets than programs that are detached from the local.” (Waisbord, 2004: 370-371).

los productos locales cubren significado, el proceso de deslocalización surge con la finalidad de ampliar el alcance de las telenovelas, desde un público local a un público global.

John Gray enfatiza sobre la idea de globalización a través de la deslocalización en el caso de la televisión:

Behind all these “meanings” of globalization is a single underlying idea, which can be “de-localization”: the uprooting of activities and relationships from local origins and cultures. It means the displacement of activities that until recently were local, into networks of relationships whose reach is distant or worldwide. [...] Globalization means lifting social activities out of local knowledge and placing them in networks in which they are conditioned by, and condition, world-wide events (1998: 57).

Aquí conviene retomar la idea de transnacionalización favorecida por la homogeneización del género de la telenovela, a la que hicimos anteriormente referencia mediante las reflexiones de Martín-Barbero (1995c: 283), profundizándola en relación con el proceso de deslocalización. Siguiendo esta idea, constatamos que el éxito de la telenovela, que favorece su internacionalización y que marca el reconocimiento de lo latinoamericano en los países de la región, representa también el inicio de un movimiento de uniformización de los formatos y la supresión de las características específicas a la identidad plural.

Así, la transnacionalización influye en la internacionalización de los formatos, en los nuevos géneros que se introducen en los mercados televisivos, en las prácticas de producción y en la duración de los programas. El formato se enmarca en una estructura reiterativa cuyos objetivos y prácticas similares dan lugar, tal como afirmaba Waisbord, a un negocio integrado que fomenta la estandarización dentro de una sociedad globalizada:

[...] the global dissemination of formats may suggest not only the global integration of the economy of the industry but also the standardization of content. What better evidence of cultural homogenization than format television? A dozen media companies are able to do business worldwide by selling the same idea, and audiences seem to be watching national variations of

the same show. At a deeper level, however, formats attest to the fact that television still remains tied to local and national cultures (2004: 359).

Tal como observan Biltereyst y Meers, la telenovela sufrió un proceso de “hybridization and neutralization of the telenovela content for export objectives. Its contingent cultural and national characteristics tend to dissolve into a universal export-formula” (2000: 397).

Por lo tanto, la telenovela ya globalizada u homogeneizada – desprovista de rasgos locales, es transportada a través de los mecanismos de la globalización en el mundo, para después relocarse en diversos lugares, adaptándose y convirtiéndose otra vez en producto local con distintos matices y diferencias marcadas por la diversidad cultural notable de un país a otro.

Esta idea de diversidad se explica a través del concepto de “cultural discount” (Hoskins y Mirus, 1988; Galperín, 1999; Straubhaar, 1991; Sinclair *et al.*, 1996), que se refiere a las diferencias culturales que se vuelven visibles cuando se trata de decodificar programas audiovisuales importados desde el extranjero. El problema que surge es que las audiencias receptoras no consiguen apreciar el producto mediático al valor que se le ha querido dar por los productores, por la falta de elementos claves que existen a raíz de un fondo común cultural y de conocimientos compartidos (Lee, 2006).

De hecho, se puede observar una tendencia de rechazo frente a los productos culturales, como es el caso de los programas televisivos que se alejan demasiado de las realidades culturales propias, generando estas disimilitudes que dificultan la comprensión, generando una pérdida de significado cultural que traduce el concepto de “cultural discount” (Hoskins y Mirus, 1988; Hoskins y McFayden, 1991; Hoskins *et al.*, 1989) o de “cultural distance”: “the barriers in language, viewing habits, and genre preferences that hamper cultural products flow between two nations” (Galperín, 1999: 2).

Empleado por primera vez por Hoskins y Mirus (1988) el concepto de “cultural discount” fue desarrollado con el fin de dar cuenta de la pérdida de “valor” cultural de los productos televisivos a la hora de cruzar las fronteras nacionales. James Nadler y Charles Davis observan que “most media products are produced for national markets, after which they might be exported if they can overcome the discount” (2009: 4). Según los investigadores canadienses, el concepto está estrechamente relacionado con los

productos nacionales frente a su exportación, pero inicialmente creados para las audiencias autóctonas.

A este nivel, nos resulta relevante profundizar en las reflexiones de Hoskins y Mirus (1988) con respecto a la proximidad cultural en términos de cercanía de las producciones de alcance global a las audiencias locales. Los investigadores definen la deslocalización como una minimización de ciertas particularidades culturales de un producto destinado a la exportación para facilitar su decodificación y la comprensión de las situaciones presentadas.

En el caso específico de las telenovelas, la teoría de Hoskins y Mirus (1988) en cuanto a la deslocalización se traduce por una serie de modificaciones estructurales y de contenido que facilitan la comprensión de los tramas por una audiencia internacional. La estandarización operada en las telenovelas destinadas a los mercados internacionales, que las vuelve “exportables”, permite y facilita su transnacionalización hacia otros países.

Para lograr este fin y así conseguir más ganancias, las compañías productoras proceden a aniquilar las particularidades específicas que serían difíciles de captar por un público heterogéneo, extranjero, homogeneizándolas y volviéndolas transparentes. Este procedimiento se aplica sobre todo a los dramas, mas fáciles de modificar desde este punto de vista que las comedías, donde el humor es más específico que en las comedias. Siendo culturalmente más arraigadas y más específicas que los melodramas, las comedias se demuestran más difíciles de exportar, por tener una cantidad mayor de componentes particulares a una cultura que los dramas (Davis y Nadler, 2009: 2).

La tendencia de homogeneización se traduce sobre todo en América Latina en la eliminación del acento específico o particularidades lingüísticas características a los diferentes países productores de telenovelas, como es el “voseo” en las telenovelas argentinas. En el caso de las telenovelas colombianas se nota una suavización del acento, mientras que, a nivel de personajes, se incluyen en el elenco de las telenovelas actores y actrices provenientes de otros países latinoamericanos (Mazziotti, 1996).

Joseph Straubhaar explica la necesidad de deslocalización de las producciones nacionales con el fin de anticipar su exportación. Los modelos locales necesitan cambios para hacer estas producciones exportables (2007: 169). La deslocalización, o la minimización de las especificidades locales de un producto audiovisual inicialmente cargado de particularidades locales del lugar de producción, como es el caso de la telenovela, implica la inserción del producto en los mercados globales que lo

distribuirán en distintas partes del mundo, a nivel regional y local.

El éxito de distintos géneros televisivos como los *reality shows*, sitcoms o series televisivas del tipo *soap opera* o telenovela harán que el formato o el modelo global del género se relocalice y vea surgir nuevos productos híbridos, adaptados a las nuevas formas locales de vivir: “countries increasingly produce their own soap operas. They take the soap opera or melodrama genre idea and adapt it to local circumstances, as the telenovela example” (Straubhaar, 2007: 193).

4.1.2 Claves teóricas de la glocalización de la producción de telenovelas en Europa Central y del Este

El fenómeno de la globalización manifestado a través de procesos como la internacionalización o la transnacionalización da lugar, mediante la facilitación del movimiento de los flujos televisivos, a una revalorización de lo local. Para sostener esta afirmación partimos de la observación que el desarrollo de las producciones locales no surge en un espacio cultural sin influencias externas, sino todo lo contrario: está relacionado con fuerzas de producción y de distribución de productos culturales que circulan dentro de las redes transnacionales que obedecen a las leyes de la transnacionalización que es consecuente con la internacionalización y, además, a la globalización.

Los paisajes mediáticos en Europa Central y del Este son influidos por una variedad de procesos transnacionales. La circulación de los flujos de información y comunicación es reflejada en la producción local, resultada de la hibridación a nivel de formas y de contenidos culturales (Lull, 2001). Aunque consideremos que la hibridación no implique necesariamente la existencia de un elemento local para que el proceso tenga lugar, Waisbord y Jalón relacionan localización e hibridación, afirmando que: “[...] localization is central to the process of cultural hybridization: the blending of global and local cultural forms, the constant borrowing and meshing of styles and forms whose origins are geographically located in distant corners of the globe” (2009: 58).

Global culture itself requires and thrives on ‘difference’ – even if only to try to convert it into another cultural commodity for the worldmarket [...]. It is therefore more likely to produce ‘simultaneously, new “global” and new “local”

identifications than some uniform and homogeneous world culture (Hall, 1997: 211).

La atracción creciente de los productos mediáticos domésticos para las audiencias y la disminución del papel de Estados Unidos como principal exportador de productos audiovisuales en general (Bechelloni, 1997: xvi) y de series de ficción televisiva en particular¹⁰², fueron anticipadas por Ithiel de Sola Pool desde los años 70: “In general, it seems that the American lead is eroding, as indeed someday it must” (de Sola Pool, 1977: 143). El sociólogo fue uno de los primeros académicos en plantear que, con el tiempo, se iniciaría un proceso de producción de series propias según los modelos exitosos importados. Estas nuevas series tendrían la capacidad de superar las barreras culturales, gracias a su localización, y eventualmente competir con las producciones originales en términos de audiencias:

Domestic products portray characters eating food that people eat, wearing the clothes they wear, celebrating the events they celebrate, and gossiping about the celebrities they follow... Foreign works of art have jokes that are harder to get, stereotypes that do not ring a bell, situations that do not come from daily life (de Sola Pool, 1977: 143).

Algunos investigadores se refieren a la localización como “adaptación” (Duarte, 2001) o “domesticación” (Chen, 2004), que consideramos que son términos igualmente válidos para designar el proceso de ajuste de unos modelos globales de televisión a las realidades locales¹⁰³, aunque sean menos precisos que “localización” e incluso más aún

¹⁰² Joseph Straubhaar argumenta que las importaciones de programación televisiva por los países pobres, especialmente de series de ficción, ya no proceden únicamente de Estados Unidos, sino que también de los países latinoamericanos como México o Brasil. Los ejemplos de flujos de series televisivas que ofrece el investigador son de países de América Latina que intercambian programación, lo que complejiza el flujo inicial y unidireccional de programación, originado por Estados Unidos. La complejidad reside en la circulación horizontal – ya no únicamente vertical – de los programas, desde países en vía de desarrollo hacia otros países de la misma condición (2007: 24).

¹⁰³ A lo largo de la tesis, se emplearán los términos de “localización”, “adaptación” o “glocalización” como sinónimos, aunque más adelante se justificará la preferencia de algunos sobre otros.

que “glocalización”, que implica claramente la existencia de un elemento global dentro de la ecuación.

Es interesante la observación de Chalaby (2002), quien afirma que la localización es la adaptación de programas televisivos destinados a la circulación global, para ajustarse a los gustos de las audiencias locales. Como consecuencia, “To attract larger audiences, global firms have had to make increasingly larger adaptations to local cultures, [...] reflecting the theories of cultural proximity and the predominance of cultural-linguistic definition of markets. This process is often called *localization*” (Straubhaar, 2007: 183).

Waisbord y Jalfin proponen la siguiente definición de la “localización”:

Localization is a nationalizing strategy in the sense that it aims to turn someone else’s culture (e.g. programming formats) into a product that can be recognized as part of a specific national symbolic landscape. Put differently, the institutional reservoir of national culture offers ready-made references to bridge the gap between a foreign, decontextualized product and local audiences (2009: 60).

Con otras palabras, “[...] localization is a conscious effort by program producers to tweak program content to make it culturally relevant to domestic audiences. It is about making programs ‘real’ and authentic, understanding reality as producers’ particular understanding of a given local and national situation (Waisbord y Jalfin, 2009: 63-64).

Esta lógica se basa en la idea que las audiencias prefieren programas de televisión cuyos contenidos estén inspirados de la vida diaria y con cuyos protagonistas se pueden identificar fácilmente, lo más cercanos posible a su cultura: “national and local producers tend to make culture-specific adaptations of global genres and models, which then followed by a number of other producers and networks within their regions” (Straubhaar, 2007: 81). Una idea similar comparte Waisbord:

The conventional wisdom in the industry seems to be that audiences like to recognize familiar themes, places, and characters on television. Humor and drama are favorites because they are commonly rooted in local and national

cultures. [...] Newscasts anchor a sense of community by relaying information about current events (2004: 370).

Tunstall tiene la misma visión sobre la preferencia de la familiaridad en lugar de la alteridad:

Most people around the world prefer to be entertained by people who look the same, talk the same, joke the same, behave the same, play the same games, and have the same beliefs (and worldview) as themselves... they also overwhelmingly prefer their own national news, politics, weather, and football or other sports (2008: xiv).

Refiriéndonos a la tendencia marcada de reemplazo de las producciones importadas con producciones realizadas a nivel nacional en el caso de los países de Europa Central y del Este, consideramos que el proceso de localización de modelos audiovisuales se cumple a través de un doble proceso: por una parte, la exclusión de elementos identificables como extranjeros, específicos a los productos audiovisuales importados y que marcan las diferencias culturales (Hoskins *et al.* 1998), y, por otra parte, la incorporación de elementos autóctonos, como los que destacan Waisbord y Jalfin, que hacen que el producto se convierta en uno doméstico:

It entails erasing cultural signs that establish cultural distance between programs and audiences, and instead developing markers that signal common belonging. Language and accents are obvious ‘cultural markers’ that immediately establish both cultural gaps and commonalities. Other markers such as humor and references to historical events and everyday places (e.g. streets, cities) are also used to develop cultural bonds between programs and audiences (Waisbord y Jalfin, 2009: 65).

Con el tiempo y con el avance de las transiciones en el camino de las democracias, las importaciones son gradualmente reemplazadas por un aumento en la industria nacional de producción de programas televisivos, especialmente de series de ficción televisiva que tenían ya una tradición de éxito en esta parte de Europa. Los primeros signos de las transiciones eran ya visibles desde mediados de los años 90,

cuando países como la República Checa y Polonia ofrecieron a sus públicos nacionales programas locales, seguidos de cerca por otros países que tardaron más tiempo en implementar los cambios necesarios para seguir con los procesos de transición. Aunque existan diferencias significativas entre los distintos países de Europa Central y del Este en cuanto a tiempos y modos de realización de los procesos transitorios, la mayoría comparte la tendencia de reemplazar las importaciones por programas de entretenimiento producidos a nivel nacional, que sean más llamativos para el público local y logren atraer amplias audiencias y que muchas veces sirven de modelos para los programas nuevos creados.

4.1.2.1 Relaciones de proximidad entre la adaptación de formatos y de modelos

Durante la última década, la situación se complejiza, gracias al desarrollo y al éxito crecientes de la estrategia de formatos que permite adaptar los productos, tramas, sub-tramas y personajes. Estos se ajustan a las especificidades y a los rasgos locales de los mercados internos, utilizando actores del lugar y la forma de hablar local.

La aproximación académica al tema de las adaptaciones de series televisivas se ha hecho, en los años recientes, desde la perspectiva de los formatos¹⁰⁴ (Moran, Malbon, 2006; Moran, 2009a; Moran, 2009b; Oren, Shahaf, 2012). Las contribuciones académicas de Moran sobre la adaptación de formatos televisivos de tipo *reality shows* *Big Brother* o *Surviver* y *game show*, como *Wheel of Fortune* o *Who wants to be a millionaire?* demuestran que los productos culturales televisivos dejan lugar, a través de la transnacionalización, a la creación de adaptaciones *glocales*, que se traducen en nuevos productos locales a partir de un modelo global. Pero, a pesar de su origen

¹⁰⁴Aunque la adaptación de formatos televisivos del tipo *Big Brother* o *Surviver* – si pensamos en *reality shows* o el formato de *Betty la Fea* si traemos la adaptación de formatos más cerca del tema de la presente investigación – no sean el centro de preocupación de esta tesis, cabe destacar la dedicación que Albert Moran (2006, 2009a, 2009b, 2009c) ha consagrado a los formatos televisivos en sus estudios que son muy útiles para comprender los mecanismos de funcionamiento de la circulación de los flujos televisivos que, gracias a la transnacionalización, exportan los formatos y, mediante franquicias y licencias, se confían a productoras nacionales que los adaptan a los entornos familiares para las audiencias.

transnacional, los formatos televisivos “continue to anchor their adaptations in the ongoing reality of the national” (Moran, 2009a: 124).

A partir de la forma genérica, de base, las diferencias culturales generan nuevas formas de expresión seriada, más cercanas culturalmente a los públicos receptores. El mejor ejemplo de formato de telenovela cuyo éxito a nivel mundial ha desarrollado múltiples adaptaciones ha sido la colombiana *Yo soy Betty la fea*, “sin duda, la telenovela más vendida y más vista de la televisión colombiana de todos los tiempos” (Salazar, 2006), según su creador – Fernando Gaitán.

Las adaptaciones, tanto de formatos como de modelos de telenovela, hacen resaltar el potencial a las representaciones de las culturas locales, integrando simbólicamente a las audiencias (Štětka, 2012a: 183): “[...] so far, as local populations are concerned, locally produced programmes, whether based of formats or not, are likely to attract larger audiences than imported programmes” (Moran, 2004: 6).

Aunque no nos vayamos a adentrar demasiado en el tema de las adaptaciones de formatos audiovisuales dado que el foco de la investigación está orientado hacia las adaptaciones de modelos, resulta interesante mencionar la adaptación de formato, según cuyos mecanismos funciona también la “adaptación de modelo”.

Tanto la adaptación de formatos como la adaptación de modelos comparten los procesos de “glocalización” e “hibridación”, que configuran nuevos productos a partir de un original. Aunque nos referiremos más adelante también al concepto de “indigenización” para señalar sinonimias y variaciones de los procesos similares de adaptaciones de modelos globales a nivel local, se prefiere en nuestro estudio la utilización de “glocalización” en lugar de hibridación, siendo considerado más adecuado, por unos considerentes que se verán más adelante en el presente capítulo.

Consideramos que la proximidad cultural es una desencadenante para los procesos de “glocalización”, “hibridación” e “indigenización”, a través de la que se concretiza la adaptación de modelos globales de telenovelas a nivel local.

La *glocalización* se produce debido a varios factores que concurren, generando modificaciones en la estructura y en los contenidos originales del modelo, con el fin de hacer el producto más similar a los productos locales, con el objetivo atraer el interés de las audiencias nacionales. Lo mismo sucede en cuanto a la *glocalización* del modelo de

telenovela¹⁰⁵ en distintas regiones del mundo y, en nuestro caso, en Europa Central y del Este.

Antes de pasar a la explicación de los términos que entran en juego para designar la “adaptación” y a la aclaración de la pertinencia de algunos de ellos sobre otros, nos acercamos a la teoría de la proximidad cultural, que contribuye en gran parte a explicar las razones que determinan en primer lugar una mejor aceptación de cierto tipo de series televisivas – *soap operas* o telenovelas, y en segundo lugar, la elección de los distintos países de Europa Central y del Este de adaptar un modelo de serie de ficción televisiva ante otro.

4.2. La teoría de la proximidad cultural como punto de inflexión entre globalidad y localidad

Reconsiderando las geografías de los flujos de programación televisiva en el periodo de transiciones a la democracia en los países de Europa Central y del Este y la evolución de las preferencias de las audiencias de acuerdo con los programas ofertados por los canales televisivos nacionales públicos y privados, se observa una tendencia general caracterizada por una “invasión” inicial de importaciones procedentes del Oeste: “Goods exported by the core countries often include cultural products like television programs that are far cheaper for poor countries to import than to produce”¹⁰⁶ (Straubhaar, 2007: 61).

La teoría de la proximidad cultural tiene como base la popularidad creciente de la producción audiovisual doméstica: “Audiences in many countries are also clearly expressing a preference both for national production and, particularly in the smaller

¹⁰⁵ Cuando hablamos de “modelo de telenovela”, nos referimos al modelo general de telenovela latinoamericana, fruto melodramático del sub-continente latinoamericano en su conjunto. Cuando nos referimos a los “modelos de telenovela”, hablaremos del modelo mexicano y del modelo brasileño de telenovela, identificados desde el segundo capítulo de esta tesis.

¹⁰⁶ Straubhaar detalla algunos factores que han impedido a los países con situación económica más precaria, como fue el caso de los países de Europa Central y del Este, desarrollar sus propias producciones de series nacionales: “conditions of dependency, such as low-income resources, lack of industrial infrastructure, lack of support by weak governments, inappropriate models for production, and lack of trained personnel, have kept a number of poorer countries from developing much local or national production, even if their audiences might prefer more national programs” (2007: 66).

countries, for intraregional exports, seeking great cultural proximity at both levels” (Straubhaar, 1991: 55).

Straubhaar desarrolla por primera vez esta teoría (1991), explicando que la proximidad cultural se refiere a:

[...] seemingly common attraction audiences feel for cultural products, such as television or music, that are close in cultural content and style to the audience’s own culture(s). Most audiences seem to prefer television programs that are as close to them as possible in language, ethnic appearance, dress, style, humor, historical reference, and shared topical knowledge. This is not necessarily a national phenomenon. Audiences can be attracted or feel proximities to local culture, regional cultures within their nation, national culture, and transnational cultural regions or spaces (2007: 26).

En cuanto a la manera de aproximación a un concepto como el de proximidad cultural, Straubhaar sugiere que se tienen que tomar en cuenta los valores locales y el diálogo que se establece entre la cultura de origen y la cultura receptora: “the notion of cultural proximity must be discussed in terms of inherent inherent local values and historical alliances between the original culture of the text and the local culture” (2007: 220).

Por lo tanto, la proximidad cultural se construye a partir de los valores culturales expresados por el capital cultural, vista por Straubhaar como una dimensión separada de la identidad cultural. El capital cultural se concentra en un conocimiento que hace que el público diferencie y haga sus elecciones entre la oferta propuesta por los canales de televisión (2007: 202). La proximidad cultural se puede considerar como una disposición o una tendencia hacia el uso del capital cultural de un cierto modo, por las audiencias.

4.2.1 Implicaciones del capital cultural en la construcción de la proximidad cultural

Aunque no nos detengamos sobre los elementos componentes del capital cultural, cabe recordar que, según Bourdieu (1988), la educación es la principal fuente del capital

cultural, seguida por la familia, cuyas rutinas determinan las pautas de consumo de programas televisivos. Los barrios y las escuelas continúan la serie que empieza por la educación, influyendo también en la configuración de las preferencias y de los gustos para ciertos programas antes que para otros. Straubhaar identifica también la religión como otra fuente importante del capital cultural, junto con la identidad étnica, que puede ser vista como un elemento que ayuda a las audiencias a identificarse con un cierto tipo de programa (2007: 204-205). La limitación del capital cultural consiste en que ciertas audiencias, provenientes de culturas lejanas respecto a la reflejada en el producto audiovisual, encuentran dificultades en decodificar el mensaje del mismo (La Pastina, 2001).

Las afinidades culturales crean formas de capital cultural que generan la proximidad cultural. Dichas afinidades pueden ser expresadas a través de elementos comunes lingüísticos, aspectos históricos y religiosos compartidos, roles de género, aspectos morales, formas artísticas similares, modos de vestir, tipos de carácter y estereotipos o formas de narrar. Otros aspectos de similitudes de relevancia cultural pueden incluir cuestiones de etnicidad, de género, clase social, códigos de vestimenta, gestos, lenguaje corporal y estilo de vida. De estas variables depende el acceso diferenciado del público a las competencias culturales prácticas que determinan la decodificación exitosa del mensaje a raíz de su experiencia vivida y el grado de identificación: “[...] whereas the ideal spectator is a *textual construction* into which viewers fit or not, with the implied reader the text has to employ the codes which belong to the cultural competence of an actual *particular readership*” (Gledhill, 1977: 376).

A estos elementos que generan proximidad cultural y a la vez identificación, se les añaden otros que se refieren a la actualidad de los países en momentos dados¹⁰⁷, encontrada en las noticias y en los temas de discusión. La especificidad del humor, el reconocimiento de actores nacionales familiares y el la identificación de estilos de vida parecidos contribuyen a rastrear un imaginario común y conocido, basado en opiniones compartidas sobre las relaciones de pareja y el matrimonio, sobre diversos aspectos de

¹⁰⁷ La idea está desarrollada por Waisbord y Jalfin: “Localization entails sketching out ‘the nation’ at a particular momento in time. It is less about the past and more about the present. It is about everyday forms of shared experiences and concerns rather than oficial discourses about national culture. It is not about what makes a nation unique and/or different from others, but instead involves understanding prominent concerns and values in the population” (2009: 65).

la vida familiar y laboral y sobre cómo vivir en general (2007: 206). Por lo tanto, las telenovelas “built on various forms of cultural capital that people had acquired from their families, their local cultures, their religions, and their value traditions, which differentiates these viewers from those led by other sources of cultural capital, such as schooling and national media, which might lead them to prefer national media” (2007: 220).

La proximidad cultural se puede observar en varios niveles: local, regional, nacional o transnacional. La proximidad cultural transnacional está derivada sobre todo del aspecto lingüístico (Straubhaar, 2007: 237).

4.2.2 El factor lingüístico como principal generador de proximidad

A la hora de escoger el tipo de programación, el aspecto lingüístico es, según Straubhaar, el que más peso tiene en cuanto a la proximidad cultural entre las audiencias y los programas televisivos visionados. Al factor idiomático se le añaden otras componentes del capital cultural, como la educación o el hecho de haber viajado, que favorecen una mejor comprensión de programas extranjeros:

The clearest line of demarcation in cultural proximity is language. [...] For programs that rely more on language-based understanding, [...] much of the audience in most cultures does not have the cultural capital to understand and enjoy such programs from another culture or country, even when they are dubbed and language, per se, is not a problem. This kind of cultural capital is based in language, education, or travel that enables someone to understand a language and culture-based (as opposed to more purely visual) program from elsewhere (2007: 26).

Straubhaar observa en las audiencias de clase media-baja una muestra de interés particular para los programas de televisión y para música que es lo más relevante y próxima de éstas: “lower class audiences have localized networks that stress localized cultural capital and a localized version of cultural proximity” (2007: 203). Entonces, las preferencias van dirigidas en primer lugar hacia programas locales, regionales o nacionales, cuando éstos son disponibles. En segundo lugar, viene el material

procedente de regiones o de países definidos por lenguas y culturas similares a las de las audiencias, cuyos productos culturales son, a su vez, fácilmente comprensibles por el público gracias al capital cultural (2007: 27). Por otro lado, las elites que construyen sus entornos de una manera más global, a través del contacto con las culturas externas debidas a los viajes, a los contactos internacionales y a los amigos de fuera, tienden a minimizar este aspecto de la proximidad cultural, orientándose hacia un sentido más global de la identidad personal y haciendo unas elecciones de programación global en vez de nacional o local (2007: 203).

Sin embargo, cabe hacer hincapié, de acuerdo con Iwabuchi (2002), en el hecho de que la proximidad cultural no se tiene que percibir como una calidad esencial de la cultura que influya irremediablemente la orientación de las audiencias, sino que, más bien, como un fenómeno que interacciona con otros aspectos culturales. A parte de las lógicas de la proximidad cultural y de la atracción cultural en los espacios cultural-lingüísticos se añaden otras fuerzas que contribuyen a que un género como la telenovela tenga éxito con las audiencias. La atracción de los géneros, especialmente la que ejerce el género melodramático, puede desafiar y rebatir todas las leyes de la proximidad cultural, aunque los géneros tiendan a valorarla en la mayoría de los casos (Straubhaar, 2007: 196).

4.2.3 Categorías de proximidad cultural

Straubhaar afirma que existen múltiples formas de proximidad entre las culturas, a nivel global, regional y nacional, e identifica tres categorías: la proximidad de género, la proximidad basada en ideologías y valores y la proximidad temática (2007: 197). La proximidad cultural basada en el capital cultural es un concepto que consideramos de base para justificar la preferencia de las audiencias por ciertos programas.

Empezando por la proximidad de género, cabe afirmar que algunos géneros gozan de la facilidad de ser compartidos por varias culturas y de encajar de manera exitosa en ellas. La idea de proximidad de género es discutida por Obregon (1995), quién enfatizó que la estructura común del melodrama se ajusta a varias culturas. Particularmente, si nos referimos a las telenovelas, este género es especialmente llamativo para las audiencias de los países en vías de desarrollo. Se ha cuestionado la recepción y el éxito de las telenovelas en Europa del Este, África y China y

específicamente de las telenovelas mexicanas en países como Rusia o Camerún y se ha llegado a la conclusión de que los seguidores se identifican con los altibajos de los personajes, junto a los dramas familiares que contruyen tramas de los más comunes de las telenovelas (Tchouaffe, 2002).

El melodrama se construye alrededor de estructuras orales centradas en la fuerza de los sentimientos y en fórmulas y estereotipos que son comunes a diferentes culturas. Además, muchas de las culturas han compartido ya ciertas formas de oralidad o de narratividad popular antes de que la televisión fuera disponible en los respectivos países (La Pastina y Straubhaar, 2005: 275; Straubhaar, 2007: 199), como es, por ejemplo, el caso de los países de América Latina y, en Europa Central y del Este, el de Rumania, donde el folletín y el teatro radiofónico ya estaban en el orden del día del entretenimiento del periodo anterior, posterior e incluso durante el periodo comunista.

La proximidad basada en ideologías y valores, a la que Singhal y Udornpim (1997) se refieren con el concepto de “cultural shareability”¹⁰⁸ es llamativa en las telenovelas a través de sus referentes culturales asentados en aspectos étnicos, religiosos o históricos que facilitan la comprensión del trama, su decodificación y, al mismo tiempo, fortalecen la identificación de las audiencias con las historias y con los personajes. Por ejemplo, los elementos de religión católica presentes en las telenovelas latinoamericanas a través de la presencia de los curas como guías espirituales en la vida de los personajes y de representaciones como estatuas personificando a diversos santos, son reemplazados en las telenovelas rumanas por elementos ortodoxos que hacen a los seguidores identificarse todavía más que con los elementos de la religión católica. En cambio, los elementos de religión protestante, que se pueden ver en los *soap operas* norteamericanos, son menos visibles y más alejadas de la similitud que mantienen las religiones católica y ortodoxa, siendo percibidas como ajenas a las culturas de Europa Central y del Este, donde la presencia de la religión protestante tiene menos visibilidad

¹⁰⁸ “cultural shareability” es un concepto específico que se refiere a la idea de compartir valores comunes, imágenes, arquetipos y temas que permiten que los programas televisivos fluyan más fácilmente y sean exitosos más allá de las fronteras nacionales: “culturally shareable media programs are those that find acceptance in several sociocultural contexts, cutting across diverse cultural and national boundaries” (Singhal y Udornpim, 1997; Singhal y Svenkerud 1994). En nuestro caso, este concepto desarrollado por Singhal y Udornpim (1997) y que consideramos como sinónimo al propuesto por Straubhaar (1991) nos sirve para justificar la cercanía que presentan las producciones que generan identificación para las audiencias a través de elementos y estereotipos compartidos por varias culturas.

comparado con la católica o la ortodoxa. Al mismo tiempo, los arquetipos universales como la búsqueda de la identidad, la determinación y la fuerza de carácter que alimentan una lucha heroica de enfrentamiento con las situaciones difíciles de pobreza son típicas a las telenovelas y mucho menos a los *soap operas*, lo que hace que los países de Europa Central y del Este se sientan más cercanos a estos modelos en los que el bien se enfrenta con el mal y el bien termina por vencer, que a los modelos de *soap opera*, en los que estos valores no aparecen tan explícitos y tan manifiestos.

La proximidad temática tiene que ver, tal como sugiere el concepto, con los temas abordados en las telenovelas que son llamativos sobre todo para los países en vías de desarrollo. Tal como sugiere Straubhaar, existe una serie de temáticas de América Latina son relevantes para las audiencias de Europa del Este. Estos temas incluyen elementos comunes de la vida rural y se refieren a pasados compartidos en cuanto a la movilidad laboral desde los pueblos a las ciudades, seguidas por los ajustes a la vida urbana, a los cambios económicos y a la vida industrializada. La mayoría de las telenovelas se basan en temas de vida familiar y de amor en el contexto del estrés urbano. Asimismo, es notable una predominancia de la movilidad social y de las imágenes que ilustran la aspiración de las clases medias y bajas a una vida mejor (2007: 202). En este sentido, nos podemos referir a las telenovels como productos “pro-sociales”, de acuerdo con la definición del concepto de “pro-social” referido por Brown y Singhal en cuanto a los programas televisivos como “which depict cognitive, affective or behavioral activities that are considered to be socially desirable or preferable by most members of a particular social system” (1990: 273).

Un ejemplo llamativo relativo a la componente aspiracional que incorporan las telenovelas que consideramos que genera cierta proximidad de las audiencias de Europa Central y del Este es particularmente la temática de algunas telenovelas, emitidas en estos países, relativa a la salida de la pobreza y la lucha con los problemas económicos reflejada por las historias narradas¹⁰⁹. Esta temática encaja perfectamente con las

¹⁰⁹ Telenovelas como las producciones mexicanas de *Televisa*: *Si tu supieras*, *María Isabel* (1997-1998) emitida en Rumania por *Acasa TV* en 2000, *María la del Barrio* (1995-1996), emitida en Rumania por el mismo canal en 1998 o *Esmeralda* (1997), emitida en pantallas rumanas entre 2010-2011 pueden servir de ejemplo para ilustrar casos de pobreza de dos mujeres que ascienden en la escala social gracias a matrimonios con hombres de la alta sociedad. La telenovela colombiana *Betty la fea* (2000), en Rumania entre 2001-2002 es otro ejemplo que demuestra que la inteligencia puede propulsar a una persona en altos cargos.

situaciones que se dan en unos países que luchan para salir del sistema socialista (Martínez, 2005: 52). Por lo tanto, entre los *soap operas* que son más frívolos y las telenovelas latinoamericanas, éstas últimas resultan más adecuadas para los públicos de estos países:

When you're looking at countries that are rapidly industrializing, rapidly urbanizing, with all the attendant stresses and strains on the family and personal relationships, something produced in Brazil or Mexico may be a lot more relevant to Russians in the 90s than an American sitcom, which is frothy and all about L.A. (Straubhaar, citado en Martínez, 2005: 52).

Tomando en cuenta los tres tipos de proximidad mencionados, asumimos que las telenovelas latinoamericanas, aunque no compartan el mismo idioma con los países de Europa Central y del Este, son más cercanas a las audiencias en términos de identificación en términos de implicación emocional que los *soap operas* norteamericanos, lo que determina que el modelo que se adopta en las producciones nacionales de estos países sea el modelo latinoamericano.

4.2.4 Grados y niveles de proximidad

Straubhaar observa el hecho de que la familiaridad y el sentido de proximidad se cultivan también con el paso del tiempo, tal como sucede con las películas de Hollywood, que se convierten en una costumbre de consumo de un producto televisivo ampliamente importado por muchos países (2007: 200). Buonanno (2002) identifica entonces dos estratos de proximidad: uno primario, de proximidad a nivel nacional y uno secundario, de cercanía frente los productos audiovisuales importados desde Estados Unidos:

[...] the strong presence of U.S. cultural products in so many media over the years has created a sense of familiarity or proximity with them. So when genres are expensive or difficult to create, like animation or action series, or when they have become strongly identified with U.S. images and themes, like action series,

then the sense of secondary proximity with U.S. cultural products can be maintained (Straubhaar, 2007: 200).

Tanto las producciones nacionales que surgen de la necesidad de reconocimiento de los espectadores en las situaciones protagonizadas por personajes comunes y fácilmente reconocibles, como las producciones importadas, pero que hayan generado una proximidad secundaria, coexisten dentro de la programación. Esta situación es observable también en los países de Europa Central y del Este, donde los países, aunque productores de telenovelas nacionales, siguen importando tanto *soap operas*, como telenovelas latinoamericanas con las que los públicos han establecido una proximidad secundaria y que ya se han convertido en una costumbre presente desde hace más de dos décadas.

Aunque la tendencia de escoger productos audiovisuales culturalmente próximos parezca fuerte, las audiencias muestran su interés por la diversidad. Esto explica la convivencia de programas nacionales con programas extranjeros que siguen siendo populares, porque representan una fuente de novedad. Esta tendencia es notable también en países que tienen una desarrollada industria productora de programas audiovisuales nacionales, como es el caso de Brasil (Straubhaar, 2007: 27) y, más adelante, de algunos países de Europa Central y del Este que, después de la caída del Telón de Acero, siguen importando programas de Estados Unidos, América Latina y de otros países mientras han desarrollado una industria nacional.

En este sentido, la noción de “proximidad cultural” es interesante para explicar – además de la ilustración de sentimientos universales que garantizó a las telenovelas latinoamericanas un éxito incontestable– parte de su éxito frente a las audiencias de Europa Central y del Este y el surgimiento de las producciones autóctonas que buscan la cercanía con el espectador: “if countries did not produce certain genres of television, then audiences would tend to prefer those kinds of programs from nearby or similar cultures and languages, rather than those of more distant producers such as the United States” (Straubhaar, 2007: 91).

De acuerdo con esta afirmación, asumimos, siguiendo la lógica de Buonanno (2002), relativa al hábito de consumo de productos audiovisuales norteamericano, pero aplicada al caso del consumo de telenovelas en Europa Central y del Este, que existe un nivel de proximidad secundaria, temática, vinculada en este caso a la importación de telenovela –que constituye un valor añadido al consumo de la telenovela como producto

del género melodramático con éxito a escala mundial. En este nivel, las audiencias se identifican con situaciones presentadas en las telenovelas, lo que hace que ellas sean más exitosas que otras producciones seriadas –como los *soap operas*– y que, consecuentemente, se conviertan en modelo para las producciones nacionales de telenovelas en la zona. Por ejemplo, consideramos que una de las razones por las que la telenovela latinoamericana tuvo más éxito en los países de Europa Central y del Este que el *soap opera* es la proximidad temática que existe entre las situaciones presentadas en las telenovelas producidas en América Latina y las realidades vividas por los pueblos de esta región en el periodo post-comunista. Además, el caso de Rumania se puede considerar como caso a parte, como país latino entre países de origen eslavo, lo que hace que a la proximidad temática, a la componente aspiracional y a los valores que desarrollan las telenovelas se añada también la proximidad cultural-lingüística a través del origen común de las lenguas rumana, española y portuguesa.

En el nivel el de la producción de telenovelas locales, la proximidad cultural es más profunda, primaria. A la proximidad temática inspirada por eventos nacionales, se le añade la componente lingüística, también nacional, que facilita la identificación de los espectadores y responde a la demanda de producción nacional de telenovelas en los países de Europa Central y del Este.

En Europa Occidental, una tendencia cada vez más visible de producir series de televisión propias, sobre todo para la franja de horario estelar, se muestra en el año 2001 comparado con el año 1991 (Straubhaar, 2007: 261):

In nearly all of the countries that I examined¹¹⁰, national production increased over time, and national production was mostly clear reflected in each country's prime-time programming. The placement of national programming in prime time was evidence for a tendency toward cultural proximity because the nationally produced programming was being aired in the times when most people were viewing and when concern over audience satisfaction, whether from institutional sponsors or from advertisers, was the highest. If the most popular programming

¹¹⁰ Los países analizados, donde se observa un aumento del volumen de la producción nacional en el año 2001 frente a 1991 son: Brasil, Canadá, Chile, China, Corea del Sur, Francia, Irlanda, México, Nigeria, Nueva Zelanda y Taiwan.

went to prime time, then it seems that the most popular programming was national (Straubhaar, 2007: 165).

La misma tendencia es notable en el caso de los países de Europa Central y del Este donde, una vez con el abaratamiento de los costes de producción, los países más pobres se encuentran cada vez más en condiciones para iniciar una producción y, eventualmente, desarrollar una industria de producción de series propias de televisión. Tales industrias específicas a algunos países que han dedicado una parte significativa de sus recursos económicos a estos fines serán examinadas más adelante en el presente capítulo, mientras que el caso de Rumania se verá con detenimiento en el siguiente capítulo de la presente tesis.

4.3 Fórmulas de la adaptación del modelo de telenovela latinoamericano en Europa Central y del Este

Nos detendremos sobre los conceptos de “glocalización” e “hibridación”, que consideramos más ilustrativos para los procesos de adaptación que contemplaremos. Sin embargo, hay otros términos sinónimos, como “indigenización” (Buonanno, 1999), “domesticación” o “transculturación”, que ofrecen una visión más detallada sobre el amplio abanico de “posibilidades” de adaptación del modelo de telenovela en Europa Central y del Este, pero que no vamos a desarrollar en los siguientes apartados.

4.3.1 La “glocalización”

Desde la necesidad de encontrar un sinónimo del concepto de adaptación que refleje de manera más fiel que el concepto en sí la complementariedad que suponen lo global y lo local, hemos considerado más adecuado adoptar el término de *glocalización*. El concepto fue acuñado por Roland Robertson (1995), quién justifica la introducción de este concepto en la teoría social por el motivo que la globalización es un fenómeno que tiende a superar los aspectos locales.

“Glocal” (original *dochaku* – vivir en su propia tierra) y “glocalización” (original *dochakuka*) han surgido originalmente en Japón en los años 80, como términos

marcando una estrategia de marketing para denominar la localización globalizada como idea de visión global adaptada a las condiciones locales. Más precisamente, el significado de base está relacionado a la agricultura, refiriéndose a la adaptación de las técnicas de cultivación de la tierra de acuerdo con las condiciones locales. A partir de dos ejemplos ilustrativos, observamos cómo se ha aplicado el concepto de *glocalización* a realidades locales diferentes. A nivel cultural, por ejemplo, en el caso de Japón, se incorporaron de forma selectiva elementos extranjeros de cultura popular dentro de las industrias culturales *mainstream*¹¹¹ japonesas. Iwabuchi (2002) se refiere a la *glocalización* de la cultura estadounidense en Japón como “Japonización”. Por otro lado, Straubhaar (1981, 1984) se refiere a la inserción de las influencias extranjeras en la estructura y los contenidos televisivos autóctonos en Brasil –refiriéndose particularmente a la telenovela– como “Brazilianización”. En los dos casos, las culturas nacionales incorporaron exitosamente unos modelos foráneos, amoldándolos a las especificidades nacionales, y así consiguiendo una continuidad de la cultura popular nacional. Por lo tanto, siguiendo esta lógica, nos podríamos atrever a llamar la *glocalización* de la telenovela en Rumania, “Rumanización”.

La idea de *glocalización* adquirió valor y se adoptó en el mundo de la economía, llegando a convertirse, según *The Oxford Dictionary of New Words*, en “one of the main marketing buzzwords of the beginning of the nineties” (Tulloch, 1991:134). Con el tiempo y con el desarrollo de las nuevas tecnologías, el término inicialmente acuñado en el campo de la economía fue prestado también por los estudios sobre cultura y sociedad. El mismo diccionario dice que la palabra “glocalización” nace a partir de la fusión de lo global y lo local: “formed by telescoping global and local to make a blend”.

Más precisamente, las producciones locales se ajustan al gusto y horizonte cultural del público local: “glocalization is useful to describe deliberate borrowings and adaptations of global forms by local, national and regional actors” (Straubhaar, 2007: 53). Según Rocío Quispe-Agnoli, el término “globalización” sugiere una identidad monolítica como resultado de una convergencia de mercado, mientras que el término

¹¹¹ En este contexto, la palabra “mainstream” está utilizada con el mismo sentido que le da Frédéric Martel en su libro *Cultura mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas* (2012). Este sentido de refiere al atributo de “dominante” o “gran público”, que el autor emplea en general para un medio, un programa de televisión un producto cultural destinado a una gran audiencia, a “todo el mundo” (Martel, 2012: 22). En nuestro caso, la empleamos con referencia a las industrias culturales o “creativas” (Moran y Keane, 2009; Martel, 2012: 22) y, en particular, a la industria de la telenovela.

“glocalización” (global + local = glocal) sugiere más bien un proceso de negociación y acomodo que se inicia con una apreciación de lo local (2009).

Retenemos el sentido del concepto evocado por Khondker:

Glocalization involves blending, mixing adapting of two or more processes one of which must be local. [...] Glocalization to be meaningful must include at least one component that addresses the local culture, system of values and practices. [...] But one can accept a hybrid version that does not involve local (Khondker, 2004: 6).

Su reflexión puede ser considerada como una alternativa a la “hibridación” cuyo significado exploraremos en breve. Sin embargo, la adecuación del concepto de “glocalización” para nuestro estudio frente al de “hibridación” -que consideramos como complementario al primero- reside en que la *glocalización* implica la existencia de un elemento local, mientras que la hibridación, no lo incluye necesariamente. Asimismo, emplear el término “glocalización” en esta tesis frente al término de “localización” implica necesariamente la referencia a un modelo global que se adapta a unas particularidades locales.

Este tipo de dinámica en tándem global/local (Nederveen Pieterse, 1995: 49), genera la combinación de los componentes globales, que son universalmente aplicables, y locales, que son específicos a un cierto entorno particular. Esto hace que el producto final sea uno “glocalizado” (Iwabuchi, 2004; Keane y Morán, 2005; Waisbord, 2004), creado a partir de modelos que invierten en el capital de las diferencias culturales para generar nuevos productos adaptados.

Con el desarrollo de las industrias de producción nacionales en los países de Europa Central y del Este y la profesionalización de los trabajadores empleados en el sector audiovisual mediante el aprendizaje del *know-how*, la década de los años 90 experimenta la *glocalización*, que se materializa como una tendencia que determinó la implementación de modelos internacionales a nivel local. No solo se importan modelos de producción que se adaptan, sino que también las lógicas de programación, que en muchos casos se adoptan sin necesidad de adaptación. Como consecuencia, se produce una estandarización de la duración de los programas audio-visuales a nivel internacional (Esser, 2002: 26-27).

Por lo tanto, la producción de telenovelas locales determina la *glocalización* del modelo de la telenovela latinoamericana en los países del Este de Europa. Esta

tendencia es complementaria a la transnacionalización, mostrándose como un asentamiento de las prácticas internacionales en el territorio nacional, que podríamos llamar al mismo tiempo, como sinónimo de “localización” o “nacionalización”¹¹², aunque estos últimos sean menos precisos. Andrea Esser (2002: 14) habla de un proceso de *glocalización* en los años 90, que favoreció el desarrollo de la televisión en Europa. A través de este proceso, podemos afirmar que la diversificación de la programación local constituye un avance en el camino de la transnacionalización.

Con el paso del tiempo, la televisión se ha vuelto más transnacional y menos nacional desde el punto de vista de la originalidad, aunque las adaptaciones siempre suponen la transformación de los modelos de acuerdo con las características particulares y propias a los diferentes países, lo que genera un producto nuevo, nacional, resultado de una mezcla a la que se podría hacer referencia como “híbrido”. Examinaremos a continuación la idea de Kraidy (1999) conforme a la que la *glocalización* es una conceptualización específica de la hibridación. Si en Japón fue aplicada la noción de *glocalización* para designar la adaptación de los modelos globales a nivel local, en América Latina se ha optado por la hibridación para caracterizar el mismo proceso (López, 1995). Sin embargo, aunque la hibridación no suponga necesariamente la existencia de una localidad en su componencia, tal como afirmaba Khondker (2004), aquí veremos los dos procesos como complementarios, y no como sinónimos. Esto quiere decir que primero, la hibridación como proceso junta lo global con lo local, para generar la *glocalización*.

4.3.2 La teoría de la hibridación

La teoría de la hibridación fue inicialmente aplicada a América Latina a principios de los años 90, convirtiéndose en una de las ideas más desarrolladas y discutidas como parte del proceso de globalización y de los estudios poscoloniales sobre la cultura (Straubhaar, 2007: 28). Es adoptada en nuestro caso para explicar y reafirmar la noción de *glocalización*, de forma complementaria a ésta. La hibridación sirve para dar cuenta de los pasos que contribuyen a la *glocalización*, a la aparición de un nuevo producto

¹¹² “[...] nationhood continues to be inconspicuously suggested in the interstices of format adaptations – in a detail of colour, a quiz question, an outdoor setting, a story situation, an accent, a theme song, and so on” (Moran, 2009a: 123).

audiovisual resultado de la fusión entre un modelo global con unas particularidades nacionales. Además, esta teoría aporta información preciosa para nuestro estudio, ayudando a comprender otra dimensión, compenetrada con la de la *glocalización* en cuanto a la fusión de elementos que generan un producto nuevo y original a partir de un modelo de base, pero desde una perspectiva histórica y temporal.

Cabe mencionar que el concepto de “hibridez” está fundamentado en el trabajo de García-Canclini (1990), siendo considerado adecuado para ofrecer una mirada acertada sobre las culturas híbridas comparado con los términos de “mestizaje” o de “sincretismo”, por su significado que:

[...] abarca diversas mezclas interculturales no solo las raciales a las que suele limitarse “mestizaje” y porque permite incluir las formas modernas de hibridación mejor que “sincretismo”, fórmula referida casi siempre a fusiones o de movimientos simbólicos tradicionales (1990: 15).

La hibridación está vista por el investigador mexicano como un intercambio: “the reciprocal borrowings that take place in the midst of differences and inequities” (García-Canclini, 1997: 23), rechazando las ideas de los estudios previos favorables al imperialismo mediático que hablaban de la imposición de culturas dominantes de los centros industriales sobre las culturas débiles, de las periferias (Hamelink, 1983).

Otro texto de referencia en cuanto al concepto de “hibridez” es el de Bhabha: *The Location of Culture* (1994). Su discurso no se aplica, como el de García-Canclini, a los procesos sociales, sino que está más bien orientado hacia la explicación de unos procesos activos en los que las culturas interaccionan, transgrediendo las fronteras y así, transformándose recíprocamente. En este sentido, un buen ejemplo de análisis que emplea Bhabha (1990) las migraciones y las diásporas, que articulan y negocian las diferencias culturales que finalmente generan una hibridación cultural. Sin embargo, Bhabha (1990; 1994), igual que García Canclini, no “desterritorializa” las fronteras políticas, culturales y lingüísticas, sino que considera que la locación híbrida de la cultura se encuentra en los espacios transnacionales y translocales, en el contexto del aspecto dinámico de la creación de identidades más allá de las fronteras nacionales.

Por su parte, el investigador estadounidense Marwan Kraidy realiza una importante aportación en el campo de los estudios sobre hibridación, con su libro *Hybridity, Or the Cultural Logic of Globalization* (2005), en el que ve este fenómeno

como un mecanismo esencial del proceso de globalización. Para Kraidy, la hibridación es expresión de la “celebration of cultural difference and fusión” (2005: 1).

Es interesante la aproximación al concepto de hibridación del investigador norteamericano Joseph Straubhaar, quién lo define como:

[...] a genuine synthesis of different culture elements into some new culture, as with the emergence of new Latin American cultures from indigenous, African, and European roots. [...] New elements from outside a culture, whether from slow or gradual contact or major threshold change, tend to be adapted to local cultures over time” (2007: 12).

Según Nederveen Pieterse (1995; 2004a), la hibridación es un factor clave para comprender la globalización¹¹³ en su dimensión histórica, a lo largo del tiempo (*longue durée*) e implica varias capas de hibridación (2004a: 4). Además de la dimensión temporal, la hibridación varía también en términos de diferencias culturales y de fronteras: “What hybridity means varies not only over time but also in different cultures, and this informs different *patterns of hybridity*. In the end, the importance of hybridity is that it problematizes boundaries” (Nederveen Pieterse, 2004a: 5).

4.3.2.1 Geografías de la hibridación cultural desde una perspectiva histórica

Para comprender el proceso de hibridación desde la perspectiva histórica sugerida por Nederveen Pieterse (2004a), es útil abrir una paréntesis para explicar cómo han ido evolucionando las culturas a lo largo del tiempo e, implícitamente, los modos de identificación de los pueblos con estas culturas locales, regionales, nacionales y transnacionales. Dentro de este proceso evolutivo, las culturas primordiales y fundamentales que lo siguen siendo hasta hoy en día han sido las culturas locales. A partir de allí, con el paso del tiempo, el sentimiento de pertenencia se ha ido ampliando a regiones más extensas dentro de una zona o de un país (Straubhaar, 2007: 32).

¹¹³ En términos de hibridación, Featherstone y Lash, comprenden la globalización como *interculturalismo*, como un intercambio que para nada da lugar a la universalización y tampoco al multiculturalismo (1995: 5).

A nivel regional –tanto dentro de un país como dentro de una zona más amplia conformada por varios países que comparten características comunes– cabe mencionar que los aspectos regionales, tales como la religión, la etnicidad o el factor lingüístico construyen unas señas de identidad específicas que determinan una fuerte identificación de sus habitantes¹¹⁴.

Los factores culturales y lingüísticos que configuran los mercados geo-culturales regionales residen en las historias compartidas de hibridación cultural que tienen sus raíces en los sistemas culturales pre-coloniales (Straubhaar, 2007: 43).

Global patterns of television are often adapted and hybridized, recalling that new global forces undergo hybridization with local cultures just as older precolonial and colonial forces did. Global capitalism is itself hybridized by cultural forces and regulated into adaptation by many nation-states (Straubhaar, 2007: 109).

La afinidad cultural de estas regiones que comprenden varias naciones comienza por el lenguaje común, aunque pueda haber diferencias de dialectos entre ellas (Wilkinson, 1995, 2003). La identificación va más allá del lenguaje, para concretarse a través de otros elementos:

[...] these markets go beyond language to include history, religion, ethnicity (in many cases) and culture in several senses: shared identity, gestures and nonverbal communication, what is considered funny or serious or even sacred, clothing styles, living patterns, climate influences , and other relationships with the environment (Straubhaar 2007: 43).

Algunos de los mercados geo-culturales son contiguos, como es el caso de Asia o el de los países de habla árabe, que en muchos casos comparten fronteras, historia, religiones y algunas tradiciones. En otros casos, los países pueden no compartir fronteras, pero sí otro tipo de afinidades, como las idiomáticas como por ejemplo

¹¹⁴ Straubhaar ofrece como ejemplos los casos de Cataluña como región en España o de Quebec en Canadá. Menciona que en el caso de conflictos sub-nacionales estas identidades tienden a manifestarse con más vehemencia, como en el caso de la ex-Yugoslavia: “the forces of identity formation linked to those cultures are often more powerful than the collective identities of the nations that have tried to subsume them” (Straubhaar, 2007: 32).

Francia, España o el Reino Unido y sus respectivas antiguas colonias (Straubhaar, 2007: 34):

Besides these kinds of geocultural spaces, there are also geographically disconnected, transnational cultural-linguistic markets, connected by language, colonial cultural heritages, inherited philosophical and administrative traditions, and so on but not necessarily by ethnicity, religion, or regional culture (Straubhaar, 2007: 33).

En cuanto a los mercados televisivos, América Latina, que comparte el idioma español, crea las condiciones de la existencia de un mercado cultural-lingüístico donde televisa de México puede operar en distintos países latinoamericanos (Straubhaar, 2007: 33). Un buen ejemplo es la circulación de las telenovelas que, exceptuando Brasil, pueden alcanzar todos los países latinoamericanos y además, se pueden exportar a Estados Unidos, para su comercialización para las audiencias latinoamericanas que viven en el territorio estadounidense, sin necesidad de traducción o doblaje.

Un caso interesante que constituye una excepción y que nos concierne para nuestro estudio es el caso de la ex Unión Soviética. El estado soviético intentó durante varias décadas borrar las fronteras entre sus estados componentes. La unidad del conglomerado de países bajo la tutela de la Unión Soviética, fue mantenida, durante su existencia, a través de mecanismos invasivos para los respectivos países, como la censura o la imposición del aprendizaje del idioma ruso (Sánchez, 1996), que pretendía crear una región geo-lingüística compacta.

Como reacción, cada país ha intentado preservar su identidad, a pesar de la influencia soviética, de tal forma que, después de su desmembración, cada país ha vuelto a reconstruirse según sus modelos anteriores a su adhesión a la Unión Soviética. Por lo tanto, la región de Europa Central y del Este que fue parte del territorio de la Unión Soviética es culturalmente heterogénea y, consecuentemente, sería adecuado considerarla desde la perspectiva de su diversidad cultural y lingüística.

Los nuevos países encaminados en el proceso de producción de programación televisiva propia y de series de ficción televisiva que tienen una situación económica menos favorable, como son los países ex-comunistas, se inclinan más a favor de las producciones a nivel nacional: "production and viewing of television seem to be

increasing faster at the national level than at the others, as smaller and poorer nations begin to make more of their own television” (Straubhaar 2007: 33).

Cerramos el paréntesis explicativo de la evolución de las culturas en cuanto a los procesos de identificación de las audiencias con diversos programas televisivos, haciendo referencia al reciente fenómeno de la transnacionalización, que amplía el sector de las interacciones entre diferentes culturas, llegando a exportar los programas creados para una nación a nivel internacional gracias a la globalización, cuyos aspectos hemos analizado en el tercer capítulo de la presente tesis.

Desde la perspectiva del desarrollo de producciones locales televisivas, consideramos que la comercialización impulsada por el poder de la transnacionalización, de programas audiovisuales producidos en países con tradición en este campo, como Estados Unidos, no genera una pérdida de la capacidad de producción local y tampoco una disminución de su calidad. Más bien, la tendencia de producir localmente programas televisivos en distintas partes del mundo como Asia, Oriente Próximo y Europa Central y del Este, se complementa con la importación de programación del exterior, generando pluralismo en la oferta de programas. A pesar de las influencias internacionales, las productoras nacionales se han mostrado hábiles a la hora de sacar rendimiento a la riqueza de los elementos originales nacionales. Por consiguiente, los canales de televisión comerciales se convierten en el soporte que difunden las telenovelas latinoamericanas en Europa Central y del Este, favoreciendo al mismo tiempo el contacto entre lo doméstico y de lo foráneo, cuya fusión genera telenovelas híbridas.

4.3.2.2 La hibridación como creadora de espacios comunes

La transnacionalización y la circulación de los programas televisivos a nivel global, como es el caso de las telenovelas, posibilita los encuentros entre las culturas, que terminan influyéndose recíprocamente. A partir de estas interacciones se crean mezclas, productos híbridos, con nuevas características que son una síntesis de las culturas que participan en el proceso. Por lo tanto, el proceso de hibridación no acciona tanto de forma integradora, eliminando las diferencias culturales, sino que, más bien, ofrece un contexto propicio para la creación de nuevos productos culturales caracterizados por especificidades locales:

The global creation and flow of television genres and formats should be thought of as complexly articulated, fluid process of hybridity whose integrative effects do not simply eliminate cultural difference and diversity but rather provide the context for the production of new cultural forms marked by local specificity (Straubhaar, 2007: 139).

Uno de los aspectos de la hibridación es reflejado en la siguiente definición: “the ways in which forms become separated from existing practices and recombine with new forms in new practices” (Rowe y Schelling, 1991: 231). Por lo tanto, resultan nuevos productos que son una síntesis de influencias cultural-lingüísticas globales, nacionales, regionales, tal como observa Straubhaar:

[...] the national productive apparatus for cultural industry [...] produces many products that are national hybrids of a variety of influences, global, regional or cultural-linguistic, national and local. The creative process that proceeds through these cultural industries reflects hybrid forms (2007: 78).

Aproximándonos a un nivel más específico, los géneros televisivos como la telenovela o el *soap opera* funcionan como unas fórmulas que se pueden utilizar en una multitud de versiones con resultados de los más variados que logren captar el interés del público seguidor, constituyendo así nuevas creaciones híbridas que incluyen tanto elementos originales, como variaciones impredecibles:

The earlier patterns have set some boundaries, such as the need to achieve commercial success with a mass audience, the need to be compatible with commercial advertising messages, and the dramatic and thematic characteristics of the general genre or formula of melodrama, but the outcomes within these boundaries could not have been linearly predicted (Straubhaar, 2007: 141).

Recordando la aproximación a los orígenes de la telenovela rastreados en las formas melodramáticas europeas y en el *soap opera* norteamericana que exploramos en el segundo capítulo de esta tesis, observamos que la historia común de la telenovela en América Latina se diferencia según los distintos países que adaptan el modelo del *soap*

opera a sus especificidades nacionales. Así, los productos híbridos resultantes se adaptan culturalmente a los gustos de los públicos a los que van dirigidos: las telenovelas mexicanas suelen carecer de contexto socio-histórico y tienden a contener una importante carga sentimental que culmina con la catarsis expresada en risas exageradas o lágrimas abundantes; las telenovelas colombianas tienen, a menudo, toques de comedia y de ironía y se preocupan más por el contexto de los eventos; las producciones venezolanas son bastante emocionales, pero sin el barroco de los decorados mexicanos; las telenovelas brasileñas destacan a través del realismo de sus historias, basadas en una contextualización temporal y espacial precisa (López, 1995: 261).

Estas variaciones de telenovela latinoamericana son enfocadas en unas temáticas –como por ejemplo los conflictos de clase y la movilidad social pobreza-riqueza– y que se alejan de aquellas abordadas por los *soap operas*. Por lo tanto, las telenovelas son adaptaciones considerables logradas a través de modificaciones operadas en la estructura de origen (Moran, 2004). Así, a través de fórmulas adaptadas a un público local y presentadas de forma afín a contextos socio-históricos familiares, las audiencias consiguen reconocerse en los personajes presentados (Martín-Barbero, 1995b):

The telenovela exploits personalization –the individualization of the social world– as an epistemology. It ceaselessly offers the audience dramas of recognition and re-cognition by locating social and political issues in personal and familial terms and thus making sense of an increasingly complex world (López, 1995: 258).

La telenovela creó un modelo en base al que la teoría de la hibridación cobra un sentido y un valor evolutivo: “It created a new cultural pattern that took on a life of its own, replicated and adapted, which expands the sense of how such processes of hybridization work (Straubhaar, 2007: 153). La teoría de la hibridación aplicada desde un enfoque histórico a los países de América Latina nos es útil para identificar los elementos prestados de las telenovelas latinoamericanas (que a su vez prestaron en su momento el modelo del *soap opera*) que reaparecen en las formas híbridas de las telenovelas en Europa Central y del Este en general y en Rumania en particular, según la recomendación de Straubhaar: “Historical patterns of hybridization can help reveal what kinds of indigenous cultural elements survive in new hybrid forms” (2007: 53).

Destacando la esencia del proceso de hibridación, Straubhaar afirma:

[...] it means hybrid production in which imported elements, genres and formats are adapted into national media systems and given national spins or interpretations. The outcome is neither national autonomy nor cultural imperialism. Perhaps it is what Nederveen Pieterse (1995, 2004) called the global *mélange* of global, geocultural, cultural linguistic, national, regional, and local, or, more simply, hybridity (2007: 166).

4.4 Niveles de adaptación del modelo de telenovela latinoamericano en los países de Europa Central y del Este

En su artículo “Global franchising, local customizing: The cultural economy of TV program formats”, Moran (2009a) habla de tres niveles de adaptación, pero haciendo referencia a la adaptación de formatos de programas televisivos, en los que se centra particularmente su actividad investigadora en cuanto a la temática de las adaptaciones (2004; 2009b). Refiriéndose a emisiones de entretenimiento del tipo *Big Brother* o *Who Wants to Be a Millionaire?*, Moran identifica una serie de elementos que sufren transformaciones a la hora de “traducir” un formato a partir de una realidad original a otras realidades enmarcadas dentro de unas componentes nacionales que generan proximidad con el público y, por lo tanto, alcanzan un número más alto de audiencias comparado con un programa internacional distribuido a escala nacional.

Consideramos que los cambios inducidos por el proceso de adaptación en distintos países en el caso de reproducción de los formatos, concretado según Moran, en el hecho de que “its performers and participants will, for the most part, be ethnically familiar, speak one or other of the dominant territorial languages, be pictured in recurring, everyday locations, dealing with recognizable situations, and behave in customary and familiar ways” (2009a: 118) son similares a los cambios que se operan con respecto a las adaptaciones de los modelos de telenovelas latinoamericanas en los países de Europa Central y del Este.

A partir de la especificidad de los cambios que se realizan para conseguir versiones adaptadas culturalmente al público seguidor, se puede observar la manera como las distintas culturas y mercados locales operan modificaciones en la estructura

del programa y ajusta las particularidades lingüísticas, culturales y sociales a su propio entorno nacional y local (Dragota, 2012: 466).

Páramo Ricoy explica a través del sincretismo cultural la estrategia de adaptación de los *soap operas* en México, que es una buena ilustración de un proceso similar que se puede observar también en el caso de las telenovelas latinoamericanas, que son adaptadas a su vez, es decir, relocalizadas en otros países:

Las culturas tienen diversas estrategias, como el sincretismo, a través de las cuales tienden a apropiarse de elementos culturales extraños, los cuales son “reciclados”, dándoles una significación propia y cercana a la cultura receptora. Las telenovelas representan un magnífico ejemplo de sincretismo en donde el género de las *soap operas* son reelaboradas, y al transformarlas, al “mexicanizarlas”, son apropiadas a un grado tal que el género de las *soap operas* se transformó en un género diferente (Páramo Ricoy, 2000: 119).

Las transformaciones se realizan a varios niveles de la producción, de acuerdo con la esquema propuesta por Romy Heylen (1994) en cuanto a la adaptación cultural en tres pasos (códigos lingüísticos, códigos intertextuales y códigos culturales) que supone la traducción de textos literarios en tres pasos. Moran retoma esta esquema en su estudio, aplicándola a la adaptación de formatos.

Además, Moran retoma los tres niveles propuestos por el investigador australiano Theo van Leeuwen (Moran, 2009a: 120), relacionados con la edición de un periódico vietnamita en inglés: en primer lugar, las decisiones de orden lingüístico, después, las de orden periodístico y, finalmente, las referencias de índole cultural e ideológico.

Los considerantes lingüísticos reflejados en el uso de las lenguas nacionales como atributo de la proximidad cultural, mencionados previamente en este capítulo, determinan un factor importante en el proceso de localización, seguido desde muy de cerca por la participación de los talentos locales, tanto en el management como en la producción de programación televisiva nacional (Duarte, 2001: 164-165). Para que la producción local pueda llevarse a cabo, se necesita también de personal especializado y de estudios adecuados para el rodaje –lo que se encuentra disponible sobre todo en países con una situación económica más desarrollada. En Europa Central y del Este, según los considerantes que hemos visto en cuanto a los procesos de transiciones

llevados a cabo en estos países, consideramos que este es el caso de países como Polonia, República Checa o Hungría.

4.5 Los inicios de la producción de ficción nacional en los países de Europa Central y del Este

La realización de tales producciones nacionales está condicionada por varios factores, que, con la consolidación de las democracias en Europa Central y del Este, hicieron posible la emergencia de series de televisión propias a los países de la región.

La teoría de la proximidad cultural, que justifica la preferencia y la inclinación de las audiencias por programas procedentes de lugares culturalmente afines y el desarrollo de producciones locales, es complementada por otros factores que contribuyen a que este tipo de programas se produzcan a escala nacional. En el caso de las telenovelas, la naturaleza comercial del género melodramático ha determinado su localización y su inserción en los aspectos culturales los más característicos de un país (Oliveira, 1993).

Las razones económicas, principalmente, acompañadas por los avances tecnológicos, son determinantes para la orientación de los flujos de programación audiovisual. Las variables económicas y estructurales rigen la comercialización de programas televisivos internacionales y facilitan el reemplazo de estos programas por producciones domésticas: “economic calculations are the prime driver of localization. The logic of localization is linked to attracting large audiences and high rating” (Waisbord y Jalfin, 2009: 64). Por lo tanto, “Programming hybridity makes sense because it makes money. In the international division of cultural labor, domestic companies are more attuned to local sensibilities than global corporations and, consequently, are better at manufacturing programs that incorporate the local and the national” (Waisbord, 2004: 378).

El tamaño del mercado al que van dirigidas es un factor importante a tomar en cuenta a la hora de observar la cantidad de series televisivas producidas por un país: “Producers in countries that belong to large natural language markets have a financial incentive to create larger budget films and programs that generally have greater intrinsic appeal, a clear advantage in international competition” (Wildman y Siwek, 1988: 78). Según esta reflexión, asumimos que Polonia, que es un país de casi 40

millones de habitantes, Rusia, de aproximadamente 145 millones de habitantes, o Rumania con sus 21 millones de habitantes, tienen una industria de producción de series de televisión nacionales más desarrollada que otros países como Eslovenia, Armenia o Croacia, cuya población va de 2 a 4 millones de habitantes.

Otro factor de gran importancia en la producción de series televisivas nacionales es la situación económica de un mercado. Así, los aspectos financieros determinan el tipo de programación que merece ser producida en función de los intereses económicos¹¹⁵:

The *financial base* likewise placed boundaries around what kind of programming could be produced. Reliance on advertising constrained programming options to those that were commercially successful; that is, those that drew the largest or most economically attractive audiences. [...] If a commercial success in a market was imperative, the most commercially successful program models would be adopted, whether they were local or foreign (Straubhaar, 2007: 72).

Basándose en los factores económicos, los investigadores Waterman y Rogers (1994) han observado la existencia de unas correspondencias entre la cantidad de producción doméstica y el producto interior bruto de un país, relacionado con la dimensión de la infraestructura de transmisiones televisivas nacionales: “in countries that are wealthier and/or devote relatively large proportions of their gross domestic product to broadcast media, larger percentages of TV programme hours are domestically produced, particularly drama programs” (1994: 89). En Rumania se observa esta tendencia, en cuanto a la producción nacional cuyo inicio en 2004 coincide

¹¹⁵ El feedback de las audiencias juega un papel importante a la hora de determinar el tipo de programación que tendría más éxito, en términos de alcance de la publicidad al público: “For commercial media markets to work, advertisers require evidence of how many people are reached by their ads. In response ratings research firms have developed, and commercial broadcasters have come to rely on ratings, both to sell their programming to advertisers and, internally, to guide their producers to create programming that is easiest to sell to advertisers. This kind of feedback powerfully reinforces the constraints on producers placed by the structure and nature of commercial broadcasting, per se (Straubhaar, 2007: 142).

con un salto considerable del producto interior bruto con respecto a los años anteriores (Ver Anexo 4).

El estudio de Sangoak Lee relativo a Corea de Sur apoya la tesis de Waterman y Rogers que afirma que los países con un nivel de desarrollo económico más elevado y con mercados televisivos bien estructurados tienen más posibilidades de producir programas audiovisuales:

[...] as more resources become available to be invested in domestic production, the quality of domestic programs improves, at least from a commercial standpoint. Once domestic television programs attain a level of quality that is comparable to that of imports due to enlarged production budgets, viewers become attracted more strongly to domestic programs that tend instinctively to better reflect and incorporate their values, views and cultural traditions. This results in strengthening of the competitiveness of domestic programs in the ratings race, which, in turn, results in extended and escalated investments in domestic production (2007: 176).

En Europa Central y del Este se observa una tendencia de fortalecimiento de la producción doméstica, sobre todo en países como la República Checa, Estonia, Hungría Polonia y Rumanía, lo que determina una disminución en las importaciones de producciones audiovisuales internacionales. La reflexión de Štětka sobre el desarrollo de las industrias nacionales de producción de programas televisivos está igualmente relacionado con la situación económica de los países, expresada a través del producto interior bruto (2012a: 171). La bajada en las cuotas de mercado de los programas norteamericanos tiene su explicación en el crecimiento de las industrias de producción audiovisual domésticas gracias a condiciones económicas favorables y su éxito en los mercados de los países productores, es decir, su capacidad de atraer audiencias (Štětka, 2012a: 168).

Inicialmente esta tendencia de producción a escala nacional se observa en la segunda mitad de los años 90 en Polonia y en la República Checa, para luego extenderse también a los demás países de la región. Tal y como explicamos en el primer capítulo de la tesis, la principal razón que influyó en esta tendencia está relacionada con las transiciones menos pesadas que los países de Europa Central y, específicamente, con las economías de unos países que se permitieron invertir en producciones audiovisuales

nacionales antes que otros países como aquellos de Europa del Este, que fueron más afectadas por los procesos transicionales y a los que les llevó más tiempo recuperarse económicamente tras la caída de los regímenes comunitas.

Las producciones nacionales que tienen su origen en formatos internacionales o modelos se alejan, a medida que el aprendizaje de producción se cumpla, de los cánones de producción de las matrices. En una primera fase de producción nacional, el modelo es más presente en los ojos del productor inexperto cuando este empieza a crear ciertos tipos de producto, lo que le hace ceñirse al modelo desde cerca, como sucede en el caso de los países de Europa Central y del Este. A medida que el aprendizaje se realiza, el productor se aleja cada vez más del modelo, insertando elementos originales, hasta que el modelo ya queda como fuente de inspiración, tal como veremos en los casos concretos de producciones en distintos países de esta región que han desarrollado una industria nacional de producción de programación televisiva seriada.

4.6 Aproximación a las series de ficción televisiva en Europa Central y del Este

Las series de ficción televisiva realizadas en Europa Central y del Este son determinantes, como producciones nacionales, en la jerarquía de las preferencias de las audiencias frente a las series importadas. Las series nacionales suelen caracterizarse por tipologías de personajes fácilmente identificables, que protagonizan situaciones inspiradas de la actualidad de un cierto país y en un momento determinado, volviéndose una forma de expresión cultural de la sociedad que las produce.

Como consecuencia, las adaptaciones europeas surgidas a partir del modelo latinoamericano llevan los sellos que identifican al productor. La carencia de risas y lágrimas exageradamente manifestadas hace la clara diferencia entre una telenovela producida en Europa del Este y una telenovela producida en América Latina. En los países de Europa Central y del Este –mayoritariamente países de orígenes eslavos– los conceptos de “pasión” surgida del amor profundo y de “sangre caliente” específicos a las telenovelas latinoamericanas no se perciben de la misma forma. Entonces, igual que algunos guionistas y directores de telenovelas latinoamericanos implicados en producción de telenovelas en Europa del Este, nos preguntamos: ¿cómo lograr una adaptación exitosa en estos países, que imbrique de forma sutil y llamativa el exotismo y el carácter extrovertido, propio a las telenovelas latinoamericanas, con la seriedad y

el carácter introvertido de los receptores del producto local? La respuesta nos la revela Joaquín Casasola, guionista y adaptador mexicano encargado de producir la primera telenovela local realizada en Serbia y Montenegro: *Jelena* (2004). El sugiere que en estos casos se necesita una receta “modificada”, adaptada a otros contextos, lo que no es tarea fácil. Menciona que un error común es el de intentar importar el modelo original latinoamericano y reproducirlo tal como es, sin tomar en cuenta la idiosincrasia y el modo distinto de percibir los sentimientos:

It was surprising for me to see that many of our telenovelas do not make Serbians cry but laugh, though not in a pejorative way –they spend a nice time watching how our characters strive to express love, tears and passion. However, they do not believe much in a telenovela of their own where their people would recreate those emotions just the way we feel them or are used to present them (“Telenovelas are and will continue to be a success in Eastern Europe”, 2004).

Mientras investigaba sobre el carácter y el comportamiento de Serbia y Montenegro para determinar cómo adaptar el modelo latinoamericano en estos países, Casasola observó que la expresión de las emociones a flor de piel no es un punto fuerte en las sociedades de Europa del Este, y particularmente en estos países de origen eslavo: “Los serbios me dijeron que los hombres no lloran y confesaron que veían las telenovelas porque les gustaba ver llorar a otros que no fueran ellos, por lo que tuvimos que suavizar los sentimientos de los actores, que, por cierto, eran estrellas de cine y teatro de ese país” (Hernández, 2007: 4). El hecho de que los actores fueran conocidos a nivel nacional representaba un punto esencial en conseguir la identificación de los espectadores con los personajes, lo que aportaría las tan deseadas audiencias.

La adaptación del modelo latinoamericano se convierte, por lo tanto, en un reto a la hora de operar modificaciones al modelo de telenovela para que se ajuste a la estructura emocional y sentimental de un entorno más frío, tanto desde el punto de vista del clima como en cuanto a la expresividad de los sentimientos:

How should our characters behave when they’re used to melting in the tropical heat, dance to the sound of the Latin American son and drink tequila, and now find themselves in The Balkans, with 8 degrees below zero in a culture where East and West conform an odd singular medley? There was no time or formula

to do it, we learned it as we went along and now we know how to do it to a large extent (“Telenovelas are and will continue to be a success in Eastern Europe”, 2004).

Como consecuencia, las series de ficción de Europa del Este adaptan la estructura formal de la telenovela en cuanto a número de capítulos, duración de un capítulo y otros elementos comunes originados en el folletín, impregnándolos de señas culturales de cada país. Así se generan unos productos completamente nuevos, que a veces solo guardan el apelativo de “series de ficción televisiva” o de “telenovelas”.

La clave de la lógica –tanto de transmisión como de producción de telenovelas– consiste en el tipo de producto en sí y se ve reflejada como parte de la estrategia que apuesta en las series melodramáticas con el fin de conseguir audiencias por parte del grupo *Dori Media*: “In a world that seeks loyalty of viewers, there is almost no greater loyalty-generating content than daily melodramas like the Telenovela.” (“Dori Media, s.f.).

A estos factores económicos y comerciales se suman nuevas reglamentaciones en materia de audiovisual de cara a la entrada en la Unión Europea de algunos de los países ex–comunistas, que alientan y a la vez determinan la materialización de la iniciativa de producciones nacionales, tal y como señalamos en el primer capítulo de esta tesis.¹¹⁶ Aún así, las telenovelas latinoamericanas se siguen importando y coexisten pacíficamente dentro de la programación de los canales de televisión de Europa del Este, a pesar de la posible amenaza que podían constituir en un principio estas producciones locales frente a la llegada de telenovelas desde América Latina. En este sentido, en 2004, año de implementación de la mayoría de las productoras locales, se escribía:

¹¹⁶ “Para fomentar la distribución y producción de programas televisivos europeos, los Estados miembros deben velar, siempre que sea posible, por que los organismos de radiodifusión televisiva reserven una proporción mayoritaria de su tiempo de difusión a obras europeas, con exclusión del tiempo dedicado a las informaciones, a manifestaciones deportivas, a juegos, a la publicidad, a los servicios de teletexto y a la televenta” (Artículo 4).

“Además, los organismos de radiodifusión televisiva deben reservar, como mínimo, el 10 % de su tiempo de emisión o el 10 % de su presupuesto de programación a obras europeas de productores independientes” (Artículo 5) (“Síntesis de la Legislación de la UE”, s.f.).

El único peligro que tendrán que afrontar las telenovelas está en las legislaciones de estos países, que han empezado a exigir una mayor producción nacional, obligando a que algunos espacios de telenovelas extranjeras sean reemplazados con programas de producción propia e inclusive telenovelas locales (Salgueiro, 2004).

Todos estos elementos se muestran como relevantes en el inicio y el ulterior desarrollo de una industria de producción de telenovelas este-europeas, que hará el objeto de estudio del presente capítulo.

4.7 La producción local de telenovelas en Europa Central y del Este

Como en los mercados nacionales los productos realizados a nivel local “suelen ser más populares en el mercado doméstico que los productos aceptados mundialmente”, (Larsen, 1992: 9) en los años recientes, la producción local de telenovelas ha empezado a aflorar cada vez más, junto con el desarrollo económico y el aprendizaje de las técnicas de realización. Los largos años de recepción y difusión de telenovelas latinoamericanas en Europa del Este y el estrecho contacto entablado con los países de América Latina, a través de la circulación de guionistas, directores y actores venidos para encontrar a sus seguidores ya fieles y a las televisiones emisoras, han enseñado a estos países lejanos geográficamente a crear y a adaptar modelos y formatos latinos a sus entornos locales.

La iniciativa de realizar producciones locales empezó como un tanteo en los años 2000, para luego generar, a los pocos años, unas industrias locales potentes y exportadoras de ficción televisiva a nivel internacional. La liberación de los regímenes comunistas de los países de la región este europea ha permitido la reafirmación de sus respectivas identidades aniquiladas y uniformizadas. Tras un periodo considerable de dos décadas de reajustes a nivel político y económico, en la zona se alcanza cierta estabilidad que permite la orientación de recursos humanos y de capital a las producciones nacionales de emisiones de entretenimiento y de ficción televisiva.

Las primeras producciones domésticas exitosas aparecieron en 1996 en la República Checa y en Polonia los canales públicos de televisión nacional realizaron dos

telenovelas: *Život na zámku* (CTI) y, respectivamente, *Matki, Zony i Kochanki* (TVPI) que lograron atraer el número más alto de seguidores durante el año cuando se emitieron (Štětka, 2012a: 165).

Así nacen las producciones nacionales de ficción televisiva este-europea, en un principio tímidas y después cada vez más vigorosas, llegando a generar una verdadera industria específica a cada país. El público puede por fin disfrutar, además de las ya tradicionales y bien-conocidas telenovelas latinoamericanas, de sus propias series de ficción, inspiradas de las realidades inmediatas y con personajes con los que se puede identificar fácilmente:

[...] varios mercados que eran compradores hoy producen sus propias novelas. No es que hayan dejado de comprarlas, sino que también quieren aprender a producirlas. Ocurre en algunos países del este europeo, como Rumania, Eslovenia, Serbia, Croacia o Rusia. A pesar de que esos nuevos productores todavía realizan escasos títulos al año, y algunos no lo hacen con continuidad, se debe abandonar cualquier triunfalismo sobre la expansión latinoamericana. La telenovela se globalizó, pero eso no significa que siempre se fabrique en América Latina (Mazziotti, 2006).

A modo de resumen, antes de presentar los casos concretos de producciones de telenovelas en varios países de Europa Central y del Este, cabe reiterar que la globalización todopoderosa se encargó de exportar no solo el modelo y los formatos, sino que también el *know-how* tan necesario antes de “embarcarse” para una aventura que es la producción, según el propio gusto y manera, de telenovelas locales. El flujo de movimiento de la transnacionalización se vuelve reversible entrenando la exportación de productos de ficción este-europea entre países de la región y hacia el resto de Europa y América Latina. Es cierto y se puede afirmar decididamente que la telenovela ha tenido un impacto considerable tanto cultural, como social y lingüístico en Europa Central y del Este, lo que ha determinado el desarrollo de producciones nacionales. Desde las telenovelas “made in” Europa del Este hasta las adaptaciones latinoamericanas, los formatos locales están consiguiendo excelentes cuotas de audiencia en sus países de origen y también están seduciendo al mercado internacional de la televisión: “Las telenovelas latinoamericanas quizás ya no sean las únicas con éxito internacional. Los *soaps* y las telenovelas de Europa del Este están obteniendo

ratings de audiencia local impresionantes y están ganando el interés de compradores internacionales” (“De este a oeste, la telenovela sigue ganando terreno”, 2007).

4.7.1 La producción de telenovelas en los países de orígenes eslavos de Europa Central y del Este

Escribir sobre la producción de telenovelas en varios países de Europa Central y del Este desde una perspectiva comparativa corre el riesgo de no profundizar lo suficientemente en los rasgos específicos a cada país contando con su propia identidad como sello de la producción nacional. Los contextos socio-históricos y culturales que se han visto en el primer capítulo de esta tesis, aunque similares, presentan particularidades que solo se podrían detallar en estudios dedicados a cada país en parte. Sin embargo, este análisis pretende apuntar hacia toda la región, principalmente por la ausencia de investigaciones previas sobre la recepción y producción de telenovelas en Europa Central y del Este. Esta parte del mundo ha quedado “descuidada” e insuficientemente explorada, si tenemos en cuenta su alta relevancia como mercado clave de la telenovela latinoamericana y hoy en día exportador de sus propias producciones. Las pocas fuentes de información sobre los procesos de importación-difusión y todavía más escasas sobre la producción-exportación de las series de ficción televisiva en esta zona de Europa se encuentran en revistas o en artículos de periódicos y en las páginas web de las productoras locales, muchas veces de acceso restringido por las barreras idiomáticas. Nos centraremos aquí en el segundo segmento mencionado: el de producción-exportación.

La necesidad inmediata de recuperar el tiempo de silencio académico sobre el estado de la cuestión de las producciones locales de esta región mediante la presente investigación, constituye la motivación de abrir camino en este territorio todavía muy poco explorado. Al mismo tiempo, se pretende ofrecer, mediante una aproximación general, un punto de partida para futuros trabajos orientados hacia unos análisis profundizados sobre los casos específicos de producción de telenovelas en Europa del Este, tan ricos en significados propios a partir del modelo latinoamericano.

Desde el enfoque generalista sobre la temática, se ha considerado pertinente hacer referencia a los países de orígenes eslavos de Europa del Este como a un conjunto, por considerantes anteriormente mencionados. Después de una observación

atenta de los contextos socio-políticos y de la influencia de las telenovelas latinoamericanas, procedamos a la selección de los países que han desarrollado durante los últimos años una industria de la telenovela siguiendo el modelo importado de América Latina en cuanto a aspectos formales y de realización¹¹⁷. Dado que esta tendencia es relativamente nueva, pocos son los países de Europa Central y del Este¹¹⁸ que se han dedicado a concebir series locales, pero se espera que el gusto del público de estos países para las series locales determine la implementación de la producción de telenovelas nacionales también en otros países.

5.7.1.1 Armenia

En Armenia, el panorama audiovisual está compuesto por decenas de canales de televisión, divididos entre canales públicos y privados, muchos de ellos locales. El modo de transmisión en este país seguirá siendo analógico, hasta que se complete el proceso transitorio a la señal digital terrestre, previsto para el año 2015. De los canales que ofrecen cobertura de señal analógica a nivel nacional, Armenia cuenta con dos canales públicos nacionales: *National 1 (H1)* y *Ararat*. Los canales privados son: *Armenia TV (AR TV)*, *Hrazdan TV*, *H2*, *Shant TV*, *Shoghakat TV*, *Yekir Media TV* y *Dar21*.

En cuanto a la ficción televisiva, Armenia cuenta con un canal privado con una larga experiencia en la transmisión de telenovelas: *Shant TV*, fundado en 1994. A pesar de la adquisición de telenovelas a los distribuidores más conocidos en América Latina como *Venevisión*, *Telefe*, *RCTV*, *Telemundo* o *Caracol*, seguida de un boom de transmisión durante los últimos años a través de distintos canales armenios, su éxito no ha sido el esperado. Arthur Yezekian, presidente de *Shant TV* afirma: “Sometimes, I feel we are overcharging the audience with telenovelas [...] But the fact is that only two

¹¹⁷ Nos aproximaremos a los casos de los países que han seguido el modelo latinoamericano para la realización de sus propias telenovelas y no haremos referencia a países que han adoptado el estilo de los *soap operas*, tal como es, por ejemplo, el caso de Bulgaria.

¹¹⁸ Según las delimitaciones geográficas operadas por las Naciones Unidas y considerando la presencia de telenovelas latinoamericanas que han influido en la producción local, nos referiremos en este estudio a los siguientes países parte de Europa Central, Europa Oriental y Sudeste Europeo: Armenia, Croacia, Eslovenia, Polonia, Rusia y Ucrania. Excepción hace Rumanía, a la que se le dedicará un espacio correspondiente a un estudio de caso particular (“UNGEGN”, s.f.).

or three [channels] manage to run successful telenovelas. I think that if local production grew, the interests of the audience would grow as well,” (“Armenia. Invasion of Telenovelas”, 2006). A los pocos años, *Shant TV* siguió esta idea y empezó a emitir telenovelas producidas en Armenia, con personajes locales protagonizando historias comunes al entorno específico del país. A partir del año 2008, con el surgimiento de las producciones locales, la compra y transmisión de telenovelas latinoamericanas disminuyó considerablemente, hasta su desaparición. Actualmente, *Shant TV* cuenta en su página web con un apartado dedicado a las series de televisión locales (“Shant TV”, s.f.) que en el año 2012 alcanza el número de nueve: *El extranjero*, *En el ejército*, *Sueños*, *Vervaracs en la familia*, *Luna llena*, *Secretos de Edem*, *Retribución*, *Vorogayt* y *El suertudo*. De estas series, tres son telenovelas: *En el ejército*, *Sueños* y *Luna llena*.

Con respecto a la telenovela *Sueños*, anunciada para su transmisión en febrero de 2011, la guionista Ani Haykazyan declara:

This is a novel about realization of human dream. In general the telenovela is about victories and all-sufficiency issues of the young generation. Our goal is to show today’s reality with its fascination and extremes, human victories and loses. Regardless on which social level they are young people fight for their aims today. This telenovela will give belief and strength to young people who have difficulties to challenge the obstacles they meet (Adamyan, 2011).

Si el guión de la telenovela local *Sueños* es digno de una telenovela que podría ser ambientada en cualquier otro país de Europa del Este o incluso en América Latina – por tratar de la historia de una protagonista que vence todas las dificultades para cumplir con sus metas, la situación cambia radicalmente en el caso de la telenovela armenia *En el ejército*, tal como el mismo título lo sugiere. Es muy poco probable encontrar una telenovela latinoamericana con un título parecido, lo que hace de esta producción una serie con mucha identidad nacional. *En el ejército* se basa en situaciones reales, pero presentadas desde un espíritu artístico y a través de situaciones creadas, ficticias, que se dan dentro del ejército nacional. Teniendo en cuenta el pasado histórico difícil y dada la obligatoriedad del servicio militar en Armenia, esta telenovela narra la vida de un joven mientras sirve en el ejército, con sus aspectos positivos y negativos. Contando con el asesoramiento de miembros reales del *Servicio Nacional de Defensa*, los productores intentan mostrar, apoyándose en aspectos cómicos, una visión

de cercanía del ejército al pueblo, en línea con la tradición de propaganda. El humor de las situaciones y de los actores atrajo el apego de los seguidores a la serie y en muchos casos consiguió cambiar la opinión de la gente del pueblo sobre el ejército como una institución dura e implacable. Podemos afirmar entonces que la telenovela cumplió con su meta, inicialmente pronunciada por su director, Hunan Soghoyan: “One of the most serious aims of shooting this telenovela was elimination of the negative and avoiding attitude of the viewers towards the Armenian Army, stressing out the significance of the army, deepening the idea of patriotism” (Martirosyan, 2011). El inicio de esta producción data del año 2009. Hasta 2011, ya se habían rodado 369 capítulos y sus productores afirman que seguirían hasta que haya interés por parte de la audiencia. Los ratings diarios muestran que la serie está entre las primeras tres series de éxito en Armenia.

El proceso de producción de la telenovela es similar al de las telenovelas latinoamericanas: se escribe mientras se rueda y se espera siempre el *feedback* del público, que es el mejor barómetro de medición de las audiencias. Los comentarios y las sugerencias del público se tienen en cuenta. Hasta se recibieron cartas de antiguos soldados de guerra que tendrán un papel importante en el seguimiento de la telenovela.

Como se puede ver, Armenia cuenta ya con unas producciones inspiradas de la realidad nacional, que intentan modificar la opinión pública respecto a ella, que gozan de un éxito remarcable y que prometen ser prolongadas, tal como decía el director del canal *Shant TV*, años atrás. Es interesante observar la visión de un joven armenio de 16 años llamado Sahakian, sumergido en el mundo de la transmedialidad y del Internet, con respecto a las telenovelas en su país, que indica, cierto nivel de dependencia frente a las telenovelas, comparable al que experimentan los jóvenes de cara a las redes sociales: “It's funny how it's a phenomenon. It's like the *MySpace* of older women” (Boghossian, 2008).

4.7.1.2 Croacia

Localizada más al oeste en el mapa de Europa del Este, Croacia cuenta con más de 20 canales de televisión regionales, pero con solo cuatro de alcance nacional: dos públicos: *HTV1* and *HTV2*, que cuentan con una audiencia más amplia, por la extensión del alcance, y dos privados: *Nova TV* fundado en el año 2000 y *RTL* en 2004. Desde el año

2003, la agencia nacional de telecomunicaciones ha estado desarrollando los planes de cambio a la TDT, para ofrecer cobertura nacional digital para los cuatro canales (Buric, 2010). En agosto de 2012 se concluyó la primera fase de implementación del sistema de difusión de video digital-terrestre (DVB-T2), ofreciendo una cobertura de 82% del territorio del país (“Digital Video Broadcasting”, s.f.).

El mundo de la telenovela entró en el territorio de Croacia a través de la brasileña *Esclava Isaura* y siguió con otros éxitos como *Esmeralda*, *Terra Nostra* y *Amor Real* (“Croatia heading to the local telenovela”, 2005). No hace falta mencionar otros títulos de telenovelas que llenaron la programación de canales croatas durante 20 años para darnos cuenta de este fenómeno que echó raíces también en este país.

La primera telenovela croata *Villa María* vio la luz del día en el año 2004 gracias a AVA, un grupo independiente de producción. La idea original de su producción puede explicarse desde la teoría de la proximidad cultural, como muestran las afirmaciones del productor de la serie y co-presidente de AVA, Roman Majetic:

Our estimation is that imported forms, besides universal values (relations between people, emotions, etc.) have no close social context to the region in which they are broadcast. Therefore, we decided to make one bastard: to write a script for a great drama serial and produce it in the form of telenovela. It was a success (Stanic, 2006: 27).

Con una estructura de más de 200 capítulos con una duración de 45 minutos, la telenovela, cuyo título remite al nombre de un conocido restaurante que existe en México D.F., llamado “Villa María”, responde al modelo mexicano de telenovela, siendo realizada por una directora de producción mexicana. Se emitió en Croacia a través del canal *HRT1*, del 20 de octubre de 2004 hasta el 29 de abril de 2005, en horario de tarde, a las 18:40, de lunes a viernes.

La historia de la telenovela se inspira principalmente en la vida de la familia de uno de los personajes principals, que es Tomo Jurak, un empresario de 50 años de edad, dueño de dos hotels con restaurantes: “Grand” ubicado en Zagreb y “Villa María”, en Opatija.

Incorpora intertextualidades –incluyendo en su historia, igual que pasa en el caso de algunas telenovelas rumanas, a dos actores de telenovelas invitados desde México– pero adaptado al entorno local: “*Villa Maria*, as any other telenovela includes all the

classical elements of the genre: love, cruelty, betrayal, envy, but it is a purely Croatian telenovela, not just because it is shot in Croatian land, in its language and with its own actors, but also because the plot roots come from daily Croatian life” (“The first Croatian telenovela has a Latin name, *Villa María*”, 2004) afirma Robert Naprta, el primer guionista de telenovelas croatas, en una entrevista para la revista *TVMas Novelas*.

La mexicana Alicia Carvajal, con una experiencia de 20 años como directora de telenovelas¹¹⁹, explica sobre cómo se adapta el modelo latinoamericano de telenovela en un país que no comparte la misma cultura latina:

La diferencia entre hacer una telenovela para Latinoamérica y hacerla en Croacia, es que ellos son más mesurados en cuanto a las emociones, las tienen más contenidas. Y lógico, aquí tenemos que buscar un balance, porque aquí el público no es latino, sino croata. No son de beso fácil, ni dejan explotar las emociones con esa impetuosidad de los pueblos de Latinoamérica. Entonces el guión es mucho más reservado, el tono tiene que ser diferente. Estamos creando y produciendo lo que los croatas quieren ver y manteniendo una instrucción y recomendación del productor (“Europa del Este: influencia de México en su telenovela”, 2004).

La calidad de la telenovela fue reconocida durante la *Segunda Cumbre de la Telenovela* celebrada en Barcelona en 2004 mediante dos premios: uno al mejor director y otro al mejor productor. La telenovela se transmitió a través del canal de la *Televisión Nacional Croata (HRT)* y su éxito atrajo la segunda producción con el título *Ljubav u zaledju (Amor fuera del lugar)* de la misma productora AVA, a finales de 2005 (“AVA continues producing telenovelas in Croatia”, 2005). Para la telenovela *Villa María* no se siguió el modo tradicional latinoamericano de rodaje al ritmo de la escritura del guión, la telenovela fue muy bien recibida por la audiencia croata, según las palabras de Majetic, orgulloso de haber exportado exitosamente las telenovelas también a otros mercados del este europeo:

¹¹⁹ El modelo de inspiración para la primera telenovela croata *Villa Maria* fue mexicano y el modo de producción, el de *Azteca TV*, según el productor Roman Majetic: “We had support from numerous productions (primarily in “know-how”), before all by the Mexican TV AZTECA, that was very inclined towards our pioneer Project” (Stanic, 2006: 27).

The audience is the reason for our work and we are more than satisfied with their reactions to VILLA MARIA, and also to LOVE IN OFFSIDE. Serials have the greatest ratings in Croatia (average rating of total broadcasting is 27%, share of 58%), but we are especially proud of the results achieved on more competitive markets, like Serbia and Montenegro, where we have unexpectedly great results, in severe competition with domestic serials (Stanic, 2006: 27).

Contando también con exportaciones, hoy en día Croacia puede presumir de una industria de la telenovela prolífera. Las series se emiten a través de 3 canales: *RTL Televizija*, *Nova TV* y *HRT*. *RTL Televizija* incluyó en su programación la telenovelas *Zabranjena ljubav / Amor Prohibido* (2004-2008) que luego dejó lugar en 2008 a *Nedaj se, Nina / No renuncies, Nina*, adaptación y co-producción serbocroata de la conocida telenovela colombiana *Betty la Fea*. Actualmente, este canal emite *Ruža vjetrova/ Rosa del viento* (2011-2012) (“Ruža Vjetrova/Rosa del viento”, s.f.). El canal nacional croata *HRT* transmitió *Dolina Sunca / El Valle del Sol* (2009-2010). *Nova TV* (“Nova TV”, s.f.) - *Zakon ljubavi / La ley del amor* (2008), *Najbolje godine / Los mejores años* (2009-2011), *Larin izbor / La decisión de Lara* (2011-2012) y *Pod sretnom zvijezdom / Bajo una estrella de la suerte* (2012).

4.7.1.3 Eslovenia

En el país vecino, Eslovenia, *RTV* es la transmisora nacional de televisión, ofreciendo al público nacional tres canales públicos: *TV SLO 1*, *TV SLO 2* y *TV SLO 3*. Los canales privados son 10: *Pop TV*, *Kanal A*, *TV3*, *MTV Adria*, *Čarli*, *Petelin*, *Šport Klub*, *Šport TV 1*, *Šport TV 2* e *Info TV*. En el año 2007, Eslovenia fue uno de los primeros países de Europa del Este en beneficiarse de la señal de TDT múltiplex, operada por *RTV Slovenija* para sus 3 canales públicos, optando por el formato MPEG-4. En el primer año, en 2009, el alcance de la señal llegó al 60% de la población del país (Milosavljević y Vobič, 2010).

El canal privado de televisión generalista *POP TV* es reconocido, según el número de telenovelas emitidas, como primer y principal distribuidor de telenovelas latinoamericanas en estas tierras no latinas. La primera telenovela con el título *Acapulco*

bay llegó a Eslovenia en 1997 y fue mejor recibida en términos de audiencias que los *soap operas* estadounidenses programadas en el mismo horario. *Esmeralda*, la telenovela fenómeno emitida poco después en el mismo horario que el *Mundial de Fútbol de Francia*, demostró decididamente, igual que en el caso de otros países de Europa del Este, la afición del público esloveno a las telenovelas: “*Esmeralda* fue transmitida por primera vez el 27 de enero 1998 y la repetimos en enero 2002 con el 62% o 138.000 telespectadores mayores de 10 años”¹²⁰ (Kogej, 2003).

Las telenovelas en Eslovenia, igual que en Croacia, ayudan al público a expresar sus sentimientos y emociones –contenidos por la influencia de la componente cultural eslava– con más soltura, contribuyendo a su evasión de la cotidianidad. Las expectativas del público esloveno con respecto a las telenovelas son ilustradas con palabras llenas de ilusión, por un televidente esloveno, citado por Kogej:

El amor, la esperanza y la fe, los anhelos de solucionar conflictos y los finales felices de las cosas de la vida también están en los corazones de los eslovenos. La telenovela se convirtió tema dentro del contexto social. Este fenómeno sociológico producido por una industria gigante, que nos ayuda a expresar nuestros sentimientos mediante la identificación y nos lleva a un mundo romántico con un final ideal, es el género preferido por excelencia. “Las historias del amor se necesitan en este mundo” (Kogej, 2002).

Con una audiencia seguidora de telenovelas que en marzo del año 2004 alcanzaba el 40% de la población (“Slovenia Reaching 40% of the spectators”, 2004), Eslovenia se orientó hacia la realización de producciones locales a través de la empresa *Pro Plus*, propietaria del canal *POP TV* y del *Kanal A*, otra señal eslovena (Kogej, 2003).

Aunque Eslovenia se haya dirigido hacia la producción local de sitcoms y series televisivas humorísticas con una estructura más compleja que los sitcoms, a finales de 2008 produce su primera telenovela con el título *Strasti / Pasiones*. El rodaje de la telenovela de 110 capítulos empezó en octubre y el estreno tuvo lugar el 17 de noviembre de 2008, a las 18:25 horas. La historia central está inspirada en la cotidianidad eslovena, en varias causas penales reales, que fueron informadas en los

¹²⁰ La afirmación pertenece a Branko Cakarmis, director de programación del canal *POP TV*.

telediaros y con las que el público estaba familiarizado. La inspiración de la realidad nacional para la construcción del relato de ficción de la telenovela tiene como objetivo, igual que las demás series locales de Europa Central y del Este, facilitar la identificación de los seguidores con las situaciones presentadas. El centro de gravitación de la serie está dividido en dos: por un lado está el factor emocional que determina una manera de actuación muy extrovertida por parte de los actores y por otro lado, el factor humano anclado en la representación de la generación joven de estudiantes, con sus intereses y preocupaciones (“Vsakodneve Strasti za zabavo Slovencev”, 2008).

A pesar de la gran popularidad que han conseguido las telenovelas latinoamericanas en Eslovenia, a la telenovela se le prefiere llamar “serie de televisión”, por la connotación un tanto negativa que implica la palabra “telenovela”. Sobre la única telenovela eslovena –*Strasti / Pasiones*– se afirma que no es material para competir para un Oscar, pero que imita fielmente los modelos de “América de Sur” (“Jonas in Katarina rešujeta Strasti, 2008).

4.7.1.4 Polonia

Polonia sigue el mismo camino que los otros países de la región en términos de configuración del sistema audiovisual y de introducción de ficción televisiva en la programación. El crecimiento registrado en el sector mediático después de la caída del comunismo entrenó la aparición de un duopolio, a la vez público y privado. De acuerdo con la *KRIIT (Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji / Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión)*, en el año 2010 había, aparte de los canales públicos de televisión, 213 canales privados con licencia de transmisión, tanto regionales como nacionales, incluyendo a 7 emitiendo en formato digital (TDT) 56 por satélite y 150 a través de cable (“Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji”, n.d). A pesar de esta diversidad, la emisora pública de televisión *Telewizja Polska (TVP) S.A.* sigue siendo líder de mercado gracias a sus canales que emiten a través de TDT: *TVPI*, *TVP2* y *TVP Info*. La señal digital se empezó a transmitir en Polonia en 2009, cuando *TVP* se reemplazó por *TVP HD*. El fin de la transición de la televisión analógica a la digital está planificado para el año 2013.

Polonia es otro caso interesante –y muy ilustrativo por su longevidad– para hablar de la adaptación del modelo latinoamericano de telenovela a un entorno local,

central y este europeo. Este país empezó siendo un asiduo importador de telenovelas, hasta que su éxito disminuyó a favor de las producciones locales, que permiten a la audiencia una más fácil identificación con los personajes:

Latin American telenovelas popularity is about to finish, they had splendor periods in our country, each channel had two or three in their schedule, but the audience's interest is dropping and so is purchase. Poland started broadcasting Latin American telenovelas in the 80's and they were like a dream for Polish people. But at the moment they want to see something different, something that shows more of their own reality, with local actors and stories¹²¹ ("Poland is buying less telenovelas and investing in the development of formats", 2009).

La Televisión Polaca (*Telewizja Polska*) es una red pública que cuenta con más de 50 años de existencia. Ha liderado el mercado nacional, siendo la más grande y de las más antiguas de toda Europa Central y del Este. También es pionera en la producción de telenovelas: la primera telenovela polaca, con una duración de 120 capítulos, se emitió con una frecuencia de un capítulo a la semana desde finales de 1988 hasta mediados de 1991, bajo el nombre de *W labiryncie / En el laberinto*. El contenido de esta serie está estrechamente relacionado con el contexto de los cambios políticos y económicos de finales de los años 80 y principios de los 90. La serie presenta el ambiente de Varsovia en una época revuelta, donde convergen y se mueven empresarios, científicos, médicos y farmacéuticos, en unos momentos. Concretamente, sigue el destino de Eve Glinickiej, graduada en farmacia que comienza a trabajar en el laboratorio del Instituto de Farmacología clínica, donde se encuentra un medio lleno de intrigas entre los investigadores del Instituto, cuyas vidas personales y de familia, se convierten, por su verosimilitud, en objeto de identificación para los telespectadores polacos de aquella época. El rodaje abunda en escenas de exteriores, que es una tendencia propia de este tipo de telenovela frente al modelo latinoamericano. Por su cercanía al espectador polaco, reflejada por vivencias colectivas compartidas ligadas al contexto político de actualidad en aquellos momentos, la telenovela alcanzó 16 millones de televidentes.

¹²¹ Afirmación de Jacek Scioblowski, director de ventas y de adquisiciones para ATM Group S.A., una de las más dinámicas compañías en cuanto a la producción y distribución de programas de televisión en Polonia.

Después del gran éxito de *En el laberinto*, se produce otra telenovela que le sigue, bajo el título de *TVP Klan* que se estrenó el 22 de septiembre de 1997. Esta serie sigue un modelo híbrido, inspirado del *soap opera* norteamericana, manifestando diferencias respecto del latinoamericano, sobre todo en cuanto a su extensión en el tiempo. Los capítulos de 24 minutos de duración se siguen emitiendo, en horario de tarde a partir de las 17:50, de lunes a jueves, incluso en el presente, igual que otras series polacas inspiradas por el mismo modelo del *soap* norteamericano. El éxito que experimenta la historia, que en el caso de esta serie sigue el destino de varias generaciones de la familia polaca Lubicz de Varsovia, hace que sea provechoso el seguimiento, por mantener el nivel alto de audiencias. Hasta principios del año 2015, *TVP Klan* contaba con 17 temporadas que habían superado el número de 2.700 capítulos emitidos a lo largo de más de 17 años, en los que la narración avanza en paralelo con el paso del tiempo, igual que en los *soap operas*.

Polonia cuenta con un gran abanico de telenovelas locales, desde 1988 hasta hoy en día. Hay más de 30 producciones que llevan el sello polaco. La telenovela *Brzydula / Mujer fea* (2008-2009) que es la adaptación polaca del formato colombiano *Betty la fea*. Otra producción local inspirada de una telenovela latinoamericana, en este caso la argentina *Sos mi vida*, es *Prosto w Serce / Música y versos*. Debido a la importante producción de este país, ofrecemos un panorama general de las telenovelas polacas desde las más antiguas hasta los años presentes:

Título de la telenovela	No. de capítulos	Duración minutos/capítulo	Año de inicio de la producción/difusión	Canal de transmisión
<i>W labiryncie / En el laberinto</i>	120	30	1988-1991	<i>TVP2</i>
<i>Czulość i kłamstwa / La sensibilidad y la mentira</i>	150	30	1999-2000	<i>Polsat</i>
<i>Miasteczko / La ciudad</i>	61	60	2000-2001	<i>TVN</i>
<i>Adam i Ewa / Adam y Eva</i>	188	40	2000-2001	<i>Polsat</i>
<i>Marzenia do Spełnienia / Sueños que se cumplen</i>	40	50	2001-2002	<i>TVP1</i>

<i>Pensjonat pod Różą / Pensión en virtud de la Rosa</i>	112	50	2004-2006	<i>Polsat</i>
<i>Warto kochać / Es el amor</i>	79	45	2005 –2007	<i>TVP1</i>
<i>Tylko miłość / Sólo el amor</i>	69	42-45	2007 –2009	<i>Polsat</i>
<i>BrzydUla / Mujer fea (según Betty la fea)</i>	235	22-25	2008-2009	<i>TVN</i>
<i>Majika (según Juana la Virgen)</i>	190	22-25	2010	<i>TVN</i>
<i>Prosto w Serce / Música y versos</i>	196	22-25	2010 - 2011	<i>TVN</i>
<i>Linia Zycia / Línea mortal</i>	103	22	2011	<i>Polsat</i>

* Elaboración propia a partir de datos disponibles en las páginas web de los canales de televisión TVN (<http://www.tvn.pl>), TVP1 (<http://tvp1.tvp.pl>), TVP2 (<http://tvp2.tvp.pl>) y Polsat (<http://www.polsat.pl>).

Además de las citadas en la tabla, cuyas características las acercan al modelo de telenovela latinoamericana, deben señalarse otras 6 series que destacan por su logenvidad, dado que sus enrevesadas tramas han tenido enganchados a lo públicos desde hace más de diez años. Comparten el rasgo de ser sagas, realizadas según el modelo del *soap opera*, siendo enfocadas en los destinos de varias generaciones de una familia o de varias. Los títulos son: *Klan / El Clan* (1997 – presente), *Na dobre y na ZLE / Para bien y para mal* (1999 – presente), *M Jak Miłosc / Con A de Amor* (2000 – presente), *Plebania / La casa parroquial* (2000 – presente) *Na Wspólnej / Lo Común* (2003 – presente) y *Pierwsza Miłosc / Primer Amor* (2004 – presente). La serie *Barwy szczęścia / Los colores de la felicidad*, estrenada en 2007, ganó muchos premios a nivel nacional e internacional, siendo considerada en términos de popularidad y de audiencias la segunda serie más importante después de *Con A de Amor*. Por las características y la temática, este tipo de series se aproxima más al modelo norteamericano de *soap opera*.

4.7.1.5 Rusia

El gigante de Europa del Este tiene tres principales canales de televisión federal que llegan a más del 90% del territorio del país: *Rossiya*, *Pervyj Kanal* y *NTV*. En los años

recientes, se incluyeron en la lista otros canales públicos que son accesibles en el territorio ruso: *Rusia K*, *Sport*, *Russia 24*, *Bibigon* y *Pyatyj Kanal*, llegándose a un total de ocho canales públicos. El número de canales privados es de 35. El sistema de difusión es analógico y el proceso de introducción de la TDT está previsto en el amplio territorio de Rusia para los años 2013-2015.

Igual que en los demás países de esta región, la telenovela latinoamericana ha llenado la parrilla de los nuevos canales de televisión conformados después de la caída de la antigua Unión Soviética. El acuerdo del *Canal Uno Rusia* con la brasileña *Globo Internacional*, además de otras distribuidoras de América Latina, abrió las puertas a la programación de más de mil horas de telenovelas brasileñas en el año 2004, cuando hasta entonces sólo se habían emitido doscientas en total (“Globo from Brasil gives a thousand hours to Russia”, 2004).

En el año 2000 se consolidó la producción propia de series televisivas en Rusia, aunque inicialmente no según el modelo latinoamericano. Sobre esta potencial iniciativa, Anatoly Maksimov, director de programación del *Canal Uno Rusia*, se mostraba escéptico: “The Latin American way of producing is not possible in Russia nowadays. It is something more than the language, but it is a kind of show that attract people” (“Russia: telenovelas increase in popularity”, 2005). El estilo singular de las telenovelas latinoamericanas inimitables, según los especialistas rusos, es elogiado también por Natasha Shibanova, directora general de una revista local orientada hacia la producción televisiva *Miracle Screenings*: “Local companies try to make their own telenovelas, but they can’t compare to foreign ones. [...] TV Globo and Venevisión are undoubtedly great professionals and our audience loves watching foreign telenovelas” (“Russia: telenovelas increase in popularity”, 2005).

A pesar de este pronóstico poco alentador para concebir producciones propias que se enfrenten con los originales latinoamericanos, Jouri Belenki, director artístico de la *Asociación de la Televisión Creativa*, decidió que Rusia no se podía quedar por detrás de otros países este europeos y, junto con su esposa Elena Imamova, produjo la primera telenovela rusa, *Carmelita* (2008), que llegó a tener 54,8% de *share* por capítulo, un hecho sin precedentes entre las producciones locales (“Russia goes into co-production with Argentina. “They get 54% share””, 2006). Sobre la producción de *Carmelita* se nos desvelan algunos aspectos de la producción: “My wife suggested the idea of producing a telenovela related to the gypsy world. That’s how *Carmelita*, our best selling telenovela, came up. It was not easy: *Carmelita* was shot at the seaside and we

needed marvelous and attractive elements, colorful customs and nice songs” (“Russia goes into co-production with Argentina. “They get 54% share””, 2006).

El productor de la primera telenovela rusa preveía en 2005 un futuro brillante de la telenovela local, afirmando que estas series inspiradas en la vida cotidiana del país llegan a tener más éxito que las mismas telenovelas latinoamericanas:

Our stories are much more interesting, that’s why the co-production with Ukrania we made last year, *Love Cure*, defeated the Brazilian telenovela *O Clone*. The viewers preferred to watch our telenovela, which is hard to believe since *O Clone* had a great success worldwide. But we defeated it and got 45 % share while *O Clone* got only 20%. Russian Channel ONE was broadcasting it and they had to reschedule it on the afternoon slot (“Russia goes into co-production with Argentina. “They get 54% share””, 2006).

Algunas de las producciones de telenovelas rusas fueron muy exitosas, tanto nacional como internacionalmente. *Bednaya Nastya Anastasia*, co-producción *A-Media*, *Columbia Pictures Television* y *Russian World Studios*, inspirada de hechos históricos, y emitida en Rusia en 127 capítulos entre 2003-2004, se vendió en un número considerable de países, incluida España, donde compitió con las telenovelas de América Latina, como “una superproducción en clave de novela romántica ambientada en la Rusia imperial y que cuenta con un nutrido elenco de actores locales de gran prestigio”. (ABC, 2004). Le siguió otra telenovela histórica producida por *AMedia* en 2005, *Talisman lyubvi / Talisman del amor*. La adaptación del formado *Betty la Fea* se hizo también en Rusia en 2005 bajo el nombre *Ne Rodis Krassivoy*, lo que significa “No nacer guapo/a” y el dicho ruso seguiría “...pero nacer feliz”. Actualmente, Rusia sigue produciendo telenovelas, aunque más enfocada en las series de televisión de larga duración, siguiendo el formato norteamericano. Con un mercado nacional ya fuerte, Rusia se está orientando hacia la internacionalización de sus producciones locales.

4.7.1.6 Ucrania

Ucrania muestra un paisaje audiovisual híbrido desde la influencia rusa que aparece en el sistema televisivo nacional. Canales rusos como *ORT*, *NTV*, *TV-6* y *RTR* se ven en este país a través de cable y de satélite. El canal de televisión pública es *Pershyi National*. Los canales privados más importantes alcanzan el número de 20, entre cuales

los de mayor audiencia y cobertura territorial son: *Inter*, *1+1* y *Ukraina*. Una versión preliminar exitosa de DVB-T se experimentó en Ucrania entre los años 2007-2008, aunque el cambio a la TDT se haga realmente efectivo hasta el periodo 2013-2015, cuando se iniciará la extinción de la transmisión analógica.

Dada la proximidad geográfica y lingüística, podemos afirmar que Ucrania comparte, históricamente, un destino similar al de Rusia, que es notable tanto en el caso de la recepción de telenovelas desde América Latina como en el de producción de telenovelas locales. En este país, igual que en otros países de Europa Central y del Este, donde el público estaba ávido por ver escenas abundantes en sentimentalismo e historias de amor con *happy end*, la telenovela ha instalado su reino en la programación de los canales de televisión ucranianos. Ha inspirado series locales –llamadas en ocasiones más recientes “series” y no “telenovelas” por la connotación a menudo peyorativa que se le atribuye en estos países– producidas por dos compañías líderes en el país: *Film UA* y *Estudio Bayrak*.

Las telenovelas más ilustrativas son las co-producciones ucranio-rusas *Love Cure* (2005) y *Дьявол из Орли. Ангел из Орли / Diablo de Orly. Ángel de Orly* (2006). *Love cure*, producida por *Film UA*, fue el primer proyecto local significativo, que contó con un presupuesto de 3 millones de dólares invertidos en el rodaje de 190 capítulos con una duración de 45 minutos por capítulo. La telenovela fue exitosa tanto en Ucrania –transmitida por el canal *InternTV*– como en Rusia, logrando un índice de audiencia de 16,5 puntos y 36,7% de *share* (“Ukraine: Local telenovelas increasing rating”, 2006).

Según un artículo publicado en la revista *Only Telenovelas*, que presentaba la producción de telenovelas autóctonas y seguía su impacto y su éxito en la población local, la caracterización de la telenovela *Love cure* podría ser perfectamente la de una telenovela latinoamericana, lo que justifica el hecho de que el modelo original es seguido no solo a nivel de estructura formal en cuanto a número de capítulos y duración, sino que también a nivel de contenidos y de estrategia de la construcción del relato:

This telenovela has great dramatic composition of the plot, incredible personification and story base, where people live, love, suffer, win and lose. The story of Love Cure is characterized by surprising the viewer with unexpected plot twists and a bright and dynamic narration. Regarding the plot, a solid team of scriptwriters worked at its incredible turning collisions, guaranteeing not just

ultimate but increasing interest to the film, following the audience's response ("Ukraine: Local telenovelas increasing rating", 2006).

Diablo de Orly. Ángel de Orly es un melodrama histórico resultado del trabajo conjunto de *IntWest Distribution* y *Estudio Bayrak*. Los autores de la serie muestran a través de la pantalla una historia ambientada a principios del siglo pasado ("Ukraine: Local telenovelas increasing rating", 2006). Cuenta una historia protagonizada por emigrantes rusos en Francia, que enfatiza la interacción entre las dos culturas. Según la inspiración histórica y los hechos sociales presentados, esta serie de televisión se acerca al modelo latinoamericano, más específicamente al de las telenovelas brasileñas.

Igual que en el caso de Rusia, en Ucrania, las tendencias actuales convergen hacía la producción de series más largas que se extienden durante años, lo que sugiere una hibridación entre el modelo latinoamericano y el de los *soap operas* norteamericanos. Es reconocido el hecho que si una historia sigue atrayendo al público, es más provechoso seguirla que empezar con otra nueva, que no se sabe cómo se recibiría.

Un caso aparte, sin embargo, es el de Rumania –país este europeo de orígenes latinos que consideramos el más próximo a América Latina por considerentes culturales e idiomáticos. Rumania, además de algunos sitcoms y series de televisión, se ha dedicado también a la producción de telenovelas locales, fácilmente identificables como fieles adaptaciones de las telenovelas latinoamericanas en cuanto a expresividad de los sentimientos y pasión. Por su peculiaridad en cuanto a la adaptación de los modelos de telenovela latinoamericana y a su forma de generar producciones originales, el caso de Rumania como productora de telenovelas con sabor latino estará presentado a lo largo del siguiente capítulo.

5. De la telenovela en Rumania a la telenovela rumana: la producción de telenovelas nacionales con sabor latino

Después de 15 años durante los cuales las producciones importadas, tales como las telenovelas latinoamericanas o los *soap operas*, constituyeron una importante fuente de entretenimiento para el público rumano, llegó la hora de que Rumania tuviera sus telenovelas nacionales, igual que otros países de Europa Central y del Este.

Rumania empezó a producir telenovelas en un momento en el que las telenovelas latinoamericanas comenzaban a perder terreno ante las preferencias del público rumano. Según Ines Năstăsoiu, la directora de adquisiciones del canal *Acasa TV*, las historias con temática similar y, por lo tanto, repetitiva de las telenovelas latinoamericanas había llevado a un cierto estado de saturación en un público que deseaba ver telenovelas surgidas de una renovación del género: “Ya los índices de teleaudiencia que tienen [las telenovelas latinoamericanas] no son tan altos como antes. El motivo ha sido la repetición en las historias, con un exceso de refritos que, al final, el televidente reconocía cuando llegaban en sus distintas nuevas versiones” (“Rumania con originales”, 2011).

Esta tendencia coincide con el momento cuando *MediaPro Pictures*, que se convierte a partir del año 2004 en principal productora de telenovelas rumanas, se siente lo suficientemente preparada técnicamente y económicamente ¹²² para realizar producciones domésticas que compitan con las telenovelas latinoamericanas en el mercado nacional.

5.1 El inicio de la producción de telenovelas en Rumania

El año 2004 fue uno decisivo en lo que concierne la *glocalización* del modelo latinoamericano de telenovela en Rumanía. Las altas audiencias que este tipo de narrativas televisivas habían logrado (Ver anexo 2) y el cumplimiento de los requisitos impuestos por la nueva normativa en materia de audiovisual de la Unión Europea de

¹²² Por lo general, el presupuesto invertido en la producción de una telenovela rumana ronda alrededor de la cantidad de 1.500.000 €, muchas veces superándola, dependiendo de la complejidad de la producción (“Bani din lacrimi”, 2007).

insertar producciones nacionales en la programación televisiva, impulsaron el inicio del proceso de producción de telenovelas a nivel nacional, contando con personajes locales y con historias adaptadas al entorno local.

Así, se empiezan a producir telenovelas rumanas que tienen como punto de partida estructuras latinoamericanas, pero incluyendo tramas y personajes ajustados a la realidad cultural y social del país. Como pasa en el caso de las producciones de otros países de Europa Central y del Este, al modelo de telenovela se le añaden particularidades determinadas por factores culturales, étnicos y sociales específicos, en este caso, rumanos. Así, la telenovela se construye como expresión de un conjunto de elementos culturales y de referentes sociales del país. Ines Năstăsioiu opina, desde su experiencia como directora de adquisiciones de telenovelas para el canal *Acasa TV*, que la telenovela rumana es original a través de su especificidad nacional, aunque preserva, al mismo tiempo, los elementos universales que caracterizan las telenovelas –no solo aquellos latinoamericanos, que fueron los primeros que surgieron en el mundo, sino que también los elementos presentes en otras producciones nacionales de otros países:

Telenovela românească poate fi vazută ca un sub-gen al genului “telenovelă”. De ce? Ca gen, este o telenovelă, dar ancorată în specificul acestei zone. Elementele comune se pot vedea cu ochiul liber, elemente universale, pe care le regăsești în telenovelele de oriunde, fie ele latino-americane, românești, turcești, coreene, croate, sau din alte țări ¹²³ (I. Năstăsioiu, comunicación personal, Septiembre 11, 2011).

La producción de telenovelas en Rumania fue iniciada desde “[...] o dorință ambițioasă a producătorilor de a realiza o telenovelă 100% românească, adaptarea fiind o opțiune foarte personală” ¹²⁴ (I. Năstăsioiu, comunicación personal, Septiembre 11, 2011).

¹²³ “La telenovela rumana se puede considerar como un sub-género del género de la “telenovela”, pues, se trata de una telenovela, pero anclada en el específico de la zona de Rumania. Los elementos comunes melodramáticos se pueden identificar a primera vista. Se trata de los elementos universales, que se encuentran en las telenovelas de cualquier parte del mundo, sean ellas latinoamericanas, rumanas, turcas, coreanas, croatas o de otros países” (traducción de la autora).

¹²⁴ “[...] un ambicioso deseo de los productores de realizar una telenovela rumana al 100%, la adaptación siendo una opción sumamente personal” (traducción de la autora).

Este arranque se produce en el contexto político y económico de preparación de la candidatura de Rumania para adherirse a la Unión Europea en el año 2007. En estas circunstancias, la producción de telenovelas contribuye a fomentar el cumplimiento, tanto de las reglamentaciones europeas en materia de audiovisual¹²⁵—conforme a las que un 10% de los contenidos emitidos por los canales de televisión de un país miembro de la UE sea de proveniencia europea, como de las nacionales¹²⁶— que requieren que parte de los programas emitidos por los canales nacionales sean en lengua rumana.

Rumania, que no contaba con una cultura previa de producción de series televisivas, inició este proceso de manera progresiva, empezando por producciones menos complejas, como las series de comedia de situación (*sitcoms*). Asumimos que la presencia de la oralidad primordial, transmitida a través de los cuentos, del folletín en las páginas de los periódicos a principios del siglo XX y del teatro radiofónico de mediados de siglo XX, actuó como un bagaje cultural popular previo para la implantación de este tipo de producciones en los canales de televisión rumanos.

Para explicar el proceso evolutivo de las series de ficción televisiva en Rumania, haremos una breve incursión entre las *sitcoms*, que fueron las que abrieron el camino a las telenovelas. Sin embargo, aunque la producción de *sitcoms* preceda a la producción de telenovelas, los dos tipos de serialidad no se excluyen, sino que son complementarios, llegando a compartir, en los años posteriores, la parrilla de los canales televisivos que los emiten.

5.1.1. La *sitcom* rumana

A raíz de razones mayoritariamente económicas¹²⁷, se comenzó con la realización de series cortas tipo *sitcom*, inicialmente pensadas para tener un número restringido de

¹²⁵ “Además, los organismos de radiodifusión televisiva deben reservar, como mínimo, el 10 % de su tiempo de emisión o el 10 % de su presupuesto de programación a obras europeas de productores independientes” (“Síntesis de la Legislación de la UE”, s.f.).

¹²⁶ “Din creația europeană difuzată cel puțin 30% va fi creație românească, inclusiv creații specifice minorităților naționale” [“Del total de las creaciones europeas emitidas, al menos un 30% serán producciones rumanas, incluyendo las creaciones específicas a las minorías nacionales”] (“Art. 7(3), LEGE Nr. 41 din 17 iunie 1994”).

¹²⁷ Según las afirmaciones de varios directores de producción de *sitcoms*, este tipo de series representa un negocio rentable en cuanto a los beneficios económicos que aporta. Por ejemplo, en el caso de un *sitcom*

capítulos y de personajes. El objetivo de esta iniciativa era sondear la reacción del público, para ver la pertinencia de desarrollar producciones más elaboradas. A medida que fue ganando audiencias y llegó a ser “de moda”, este tipo de serie se desarrolló, tanto en términos de complejidad de la historia, como en cuanto al número de personajes involucrados. Las *sitcoms* llegaron a sumar capítulos y temporadas, extendiéndose, en ocasiones, a lo largo de varios años. Por lo tanto, en el caso de este tipo de serialidad, el éxito frente a las audiencias dicta el número de capítulos, siendo un factor determinante para establecer la duración temporal de las series.

Las *sitcoms* rumanas están a menudo inspiradas a partir de modelos de *sitcoms* británicas, o de series norteamericanas. El coste de producción resulta bastante más económico en Rumania que en sus países de origen. Las cifras publicadas por el periódico rumano *Cotidianul / El Cotidiano* son ilustrativas en cuanto a las razones económicas que han impulsado las producciones autóctonas de este tipo de series:

În funcție de complexitatea fiecărui episod, la Prima TV, de exemplu, costurile variază între 5.000 și 10.000 de dolari. Producția unui episod "Ultimul stinge lumina" se ridică la aproximativ 160 de milioane de lei (5.000 de dolari). Sumele sunt incomparabile cu bugetele (de milioane de dolari) alocate pentru un episod de serial american de comedie¹²⁸.

Ante la novedad que suponen, las productoras se veían en dificultad para encontrar, no solo a guionistas y a directores de producción para realizar este tipo de series de comedia, sino que también a actores preparados para actuar en ellas. Como consecuencia, al menos durante los primeros años, los actores elegidos para interpretar papeles en las series de comedia rumanas provenían del mundo del espectáculo o

rumano, *Baronii [Los Barones]*, los gastos de producción mensuales en la primera temporada, en las condiciones en las que se emitían 4 capítulos/mes fueron de 20.000 €. Los fondos que aportaba un capítulo eran de aproximadamente 10.000 € (Bunea, 2007). Por lo tanto, el beneficio fue del doble de la cantidad invertida para la producción.

¹²⁸ “En función de la complejidad de cada capítulo, Prima TV, por ejemplo, invierte una cantidad que varía entre 5.000 y 10.000 dólares. La producción de un capítulo de “El último apaga la luz” llega aproximadamente a 160 millones de lei (5.000 dólares). Estas cantidades son incomparables con los presupuestos (de millones de dólares) que se invierten para producir un capítulo de una serie de comedia norteamericana” (traducción de la autora) (Bunea, 2007).

formaban parte de grupos humorísticos ya conocidos a nivel nacional, tales como *Vacanța Mare* o *Vouă* (Bunea, 2007). Una justificación de la elección, en un principio, de actores del mundo del espectáculo viene por parte del director de programas del canal *Antena 1*, Florin Nicoară. La principal razón, en su opinión, sería el hecho de que los actores preparados por la escuela de teatro rumana eran demasiado dramáticos para un tipo de series como las *sitcoms*, mientras que los artistas del mundo del espectáculo actuaban de una forma más natural que los primeros (Nicoară, citado en Bunea, 2007).

La temática de la mayoría de las *sitcoms* autóctonas reside en su inspiración en las realidades de la sociedad rumana post-comunista y en los cambios generados por la transición a la democracia en diversos campos de la vida social.

La primera *sitcom* rumana, *Clanul Popeștilor / El Clan de los Popescu* (“Intact Production – Seriale”, s.f.), dirigida por Octavian Sava, conocido en Rumania como realizador de emisiones de entretenimiento¹²⁹, fue producida en el año 1999 por *Intact Productions*, la división de producciones de *Intact Media Group* y emitida por el canal comercial *Antena 1*, hasta el año 2000. La serie juntó a actores rumanos¹³⁰ –también conocidos por haber actuado en obras de teatro y en películas– que interpretan los papeles de los miembros de una familia de la Rumania contemporánea.

Ca\$\$a Loco (abril-junio de 2002) es una comedia de situaciones rumana de 14 capítulos, producida por el grupo musical *Ca\$\$a Loco* y patrocinada por la compañía *Coca-Cola*. Fue emitida por el canal *Por TV* y estaba destinada al público joven. El título de esta serie, parecida a las series juveniles americanas, estaba inspirado en el nombre del grupo, ya conocido en el mercado rumano desde el año 1999 y cuyo tres miembros fueron los protagonistas de la serie.

A partir del año 2002, el producto de tipo *sitcom* se fue instalando en las parrillas de algunos de los canales de televisión rumanos, en la mayoría de los casos en

¹²⁹ Octavian Sava fue autor de textos humorísticos, dramaturgo, redactor, realizador de emisiones TV y guionista. Su aportación más significativa para la *Televisión Rumana (TVR)* fue la escritura del guión para la serie infantil *Aventurile echipajului Val-Vîrtej / Las aventuras del equipaje Val-Vîrtej*, conocida como la primera serie de la *TVR*. Fue emitida durante la época comunista, entre los años 1960-1970.

¹³⁰ Actores rumanos consagrados como Tamara Buciuceanu (conocida por su papel en la película *Cuibul de Viespi / La colmena* (1986) y *Liceenii / Los alumnos de instituto* (1986)), Mitică Popescu (actor de películas y de múltiples emisiones humorísticas), Dan Condurache, Medeea Marinescu (debutó como actriz a los 3 años en la película *Iarna bobocilor / El invierno de los anadones* (1977) y, desde entonces, actuó en más de 18 películas), Dem Radulescu (conocido por la película *Steaguri pe tunuri / Banderas en los cañones* (1956)), Alexandru Arșinel o Stela Popescu fueron los héroes de esta primera serie.

horario estelar, aportándoles audiencia y beneficios económicos resultados de la publicidad intercalada en los contenidos. El número de las producciones se multiplicó, *MediaPro Pictures* llegando a ser, igual que lo sería en el caso de las telenovelas, líder entre las productoras de *sitcoms* en Rumania.

A continuación, mencionaremos crónologicamente títulos y describiremos los respectivos contenidos de las más representativas series de comedias de situaciones realizadas por esta productora y emitidas por el canal *Pro TV*¹³¹. De la misma forma procederemos luego con el resto de las producciones emitidas por otros canales nacionales.

MediaPro Pictures

MediaPro Pictures empezó el proceso de producción de *sitcoms* de manera progresiva, tanto en términos de duración, como de complejidad de la trama y de número de personajes. Rodó su primera *sitcom* en el año 2002, teniendo como guionista a Eugen Patriche¹³². Su título fue “2+2”, siendo protagonizada por dos personajes: Él y Ella. Abundando en escenas de amor, desesperación y alegría y otros sentimientos que pueden llegar a sentir una pareja que espera hijos gemelos, la acción se desarrolló a lo largo de 75 capítulos de 5 minutos de duración, del 16 de septiembre al 30 de diciembre de 2002. Los actores fueron Alexandru Papadopol, que ulteriormente se convirtió en actor de telenovelas, y Mirela Oprișor. Para asegurarse un público seguidor, los 5 minutos de la serie fueron estratégicamente emplazados en la parrilla del canal *Acasa TV*, justo antes de la difusión de la telenovela brasileña *El Clon*, una de las telenovelas latinoamericanas que más índice de audiencia han obtenido en Rumania (Ver anexo 3).

Căsătorie de probă / Matrimonio de prueba fue dirigida por Iura Luncașu –que ulteriormente también orientará su carrera hacia el mundo de la telenovela, en calidad

¹³¹ Tal como afirma Anca Budinschi, directora ejecutiva de *Pro TV* en el año 2003, el canal *Pro TV* decidió promover la comedia de situaciones rumana, en las condiciones en las que previamente este tipo de producciones autóctonas no se había realizado (“Sitcomul romanesc”, 2003).

¹³² Periodista, crítico de cine, guionista y productor de emisiones infantiles, Eugen Patriche escribió los guiones de las primeras *sitcoms* producidas por *MediaPro Pictures*, para luego ser guionista de telenovelas de las primeras dos telenovelas rumanas *Numai iubirea / Sólo el amor* y *Lacrimi de iubire / Lágrimas de amor*. Desde su experiencia de productor de emisiones infantiles, también escribió el guión de *Îngerașii / Los angelitos*, telenovela con parte de sus personajes interpretados por niños.

de director de producción. La serie contó, entre otros actores, también con la presencia de Alexandru Papadopol, ya conocido por el público gracias la serie anterior. Es interesante observar la evolución en términos de duración de un capítulo y de complejidad de los personajes y de las situaciones. En estos términos, *Matrimonio de prueba* puede ser considerada la comedia de situación de “transición” entre la anterior (“2+2” de 5 minutos por capítulo) y el formato estándar, de 30 minutos por capítulo, que seguirían las producciones posteriores. Una primera temporada de *Matrimonio de prueba*, contaba con 56 capítulos de 15 minutos cada uno y se emitió en horario estelar, a las 21:45 por el canal *Acasa TV*, de 22 de septiembre a 25 de diciembre de 2003. Una segunda temporada, inicialmente pensada para sumar 42 capítulos, se amplió, debido al éxito obtenido, hasta llegar a un total de 248 capítulos. Se emitió entre el 23 de febrero y el 26 de mayo de 2004, adelantando la hora de emisión a las 21:30. En cuanto a la temática, la serie se concentra, como el título lo indica, sobre una situación bastante controvertida en la sociedad rumana post-comunista: convivir con una persona como acto previo al casamiento, visto desde una perspectiva de mentalidades abiertas, como una cosa cada vez más natural y habitual en el mundo de la transición.

La bloc / En el bloque (2002-2008) es otra *sitcom* que, por constituir un caso más destacado, estará presentada más adelante de forma más detallada. *Fete cu lipici / Acoplamiento* (2005) cuenta con 36 capítulos con una duración de 30 minutos y fue producida como adaptación de la *sitcom* británica *Coupling*, transmitida por la *BBC2* entre los años 2000-2004. *La servici / En la oficina* (2005) tuvo 53 capítulos, que fueron emitidos en 4 temporadas. Se inspiró en la adaptación al ritmo laboral que supone la transición de un sistema comunista más permisivo y relajado a un sistema capitalista hierárquico, requiriendo alta eficacia a los empleados de una empresa multinacional, *S.C. Plastik S.R.L.*, que había funcionado como empresa estatal durante el comunismo y que había sido adquirida por emprendedores extranjeros. Es digna de mención la intervención, en la cuarta temporada de la serie, del antiguo director de la empresa, Sandu, interpretado por una actriz, Nicoleta Luciu, en el papel de un transexual. Si durante el régimen comunista algo así era inimaginable, en las circunstancias actuales el personaje pudo hacerse una operación de cambio de sexo, revelando así su verdadera orientación. Otra comedia de situaciones, *Meseriașii / Los astutos* (2006) llegó a 110 capítulos, repartidos en 3 temporadas. Su tema central estaba orientado hacia la inquietud de cómo ganar dinero fácilmente como alegoría de los tiempos comunistas. *Leana și Costel / Leana y Costel* (2006) mira con humor a la vida de una pareja de

campesinos, retratados por dos de los miembros del grupo humorístico *Vacanța Mare*. *Arestat la domiciliu / Detenido en el domicilio* (2008) se concentra, a lo largo de sus 83 capítulos, sobre las múltiples facetas de las relaciones de pareja y los problemas de los hijos adolescentes.

Si en el año 2002 se registró un *boom* en la producción de *sitcoms* en Rumania, no solo en el caso de *MediaPro*, sino que también en el de otras productoras, tal y como veremos más adelante, el año 2008 constituyó un periodo de declive en la producción de *sitcoms*, hasta que se dejaron de producir. Estimamos que esta situación se debe a la migración laboral de algunos de los directores de producción, guionistas y actores del canal *PRO TV* a la nueva cadena, fundada en 2007, *Kanal D*, además de la crisis económica mundial que golpeó Rumania en aquel periodo en el que *MediaPro* estaba desarrollando a la vez proyectos de telenovela.

La Televisión Rumana (TVR)

La actividad de la *Televisión Rumana*, con sus canales públicos *TVR1* y *TVR2*, fue relativamente escasa en cuanto a la producción de series de comedia, ésta resumiéndose a dos títulos. *Ultimul stinge lumina / El último apaga la luz*, de 14 capítulos, fue lanzada en el año 2003 por el canal *TVR1*. Se inspiró en uno de los problemas propios del periodo inmediato después del inicio de la transición: la devolución de las tierras que habían sido expropiadas a los campesinos rumanos durante el periodo comunista. En el año 2004, de cara a la integración de Rumania en la Unión Europea, la *Televisión Rumana* produjo la *sitcom* *Ulița spre Europa / Senda hacía Europa*, como parte de los proyectos del programa de integración europea. La serie, transmitida por el canal *TVR2*, iba dirigida a todos los tipos de público y en especial a los habitantes del medio rural. Fue emitida los domingos, a las 10:30 de la mañana, estratégicamente colocada entre dos emisiones muy longevas del canal, también semanales, sobre la vida en el medio rural: *Viața satului / La vida en el pueblo* (cuya primera emisión llegó a las pantallas en pleno periodo comunista, en el año 1958 y luego se mantuvo en la parrilla bajo el mismo nombre después de la caída del régimen) y *Tezaur folcloric / Tesoro folclórico*, una emisión con más de 30 años de vida en la televisión rumana.

National TV

La cadena privada *National TV* también produjo en el año 2006 una serie de comedia, *Baronii / Los Barones* (2006), emitida de lunes a jueves, a las 22:00 horas. Sus actores formaban parte del grupo humorístico *Vouă*. Se construye como una crítica ácida dirigida a una parte de la sociedad rumana, más específicamente a las élites políticas enriquecidas después de la caída del comunismo. El cómico de las situaciones está reflejado en las acciones de tres hermanos de la familia Carpanu, que llegaron a ser, de forma nepótica, alcalde, prefecto y presidente del partido de la oposición en el departamento rumano de Dâmbovița. Las actitudes de los tres hermanos que se disputan el poder en la serie, desde una permanente rivalidad, pueden ser interpretadas como ejemplos de la continuidad de la mentalidad comunista en el medio de una época de cambios generados por la transición transición, ellos habiendo sido miembros de la *Securitate* durante el régimen de Ceaușescu (Văduva, 2006).

Prima TV

El canal comercial *Prima TV* también produjo *sitcoms*, que fueron transmitidas por el canal con el mismo nombre. En el 2002 inició la transmisión de *În familie / En familia*, serie basada en los valores de la amistad verdadera. Su trama sigue los caminos de las vidas de un grupo de amigos que se conocieron en una residencia de estudiantes y quienes, aunque separados, se ven unidos a través de la amistad, como si fueran una familia. *Trasniții / Los locos* (2003-presente) es la más longeva *sitcom* rumana conocida, llegando hasta 1233 capítulos a lo largo de 22 temporadas. *Nimeni un-i perfect / Nadie es perfecto* (2008) trata del tema de la brecha generacional. Es particularmente original, por introducir el elemento del travestismo insólito de un padre divorciado y desocupado, que se disfraza de mujer para conseguir un trabajo de enfermera y así poder pagar la pensión alimenticia para su hijo menor de edad. En 2011, *Prima TV* lanza *Eu, Tu, El si Ea / Yo, Tú, El y Ella*, cuyo tema principal son las situaciones comunes de las relaciones de pareja.

Antena 1

El canal comercial *Antena 1* cuenta con dos comedias de situaciones. *Fast Food*, realizada en co-producción con *Mamitzu Productions*, se emitió en horario estelar, desde octubre y hasta diciembre de 2006. Esta serie mostró los sucesos de las vidas de

seis jóvenes que trabajaban –algunos para pagar sus estudios, otros para tener una ocupación y alguno hasta para construir una carrera– en un restaurante de comida rápida de un centro comercial de Bucarest. *Scene de casatorie / Escenas de matrimonio* fue concebida en el año 2008, como co-producción de *Intact Productions* y *La Dolce Vita*, la casa de producciones Valerio Lazarov, productor y director de televisión. La *sitcom* es una adaptación según el modelo de la serie española con el mismo título, producida en España por *Alba Adriática S.L.* y estrenada por el canal *Telecinco* en 2007. La idea de adaptar la serie original española en Rumania es deductible por la implicación de la compañía *La Dolce Vita* en la producción y su vinculación a Lazarov, que tuvo una actividad destacada –sobre la que volveremos más detalladamente más adelante– como fundador y director del canal español *Telecinco*.

Kanal D

Con la creación del canal *Kanal D* en febrero de 2007, parte de los profesionales que habían participado en la producción de las *sitcoms* por *MediaPro Pictures* se trasladaron a trabajar en una producción similar para el nuevo canal. Como estrategia de captar al público desde el primer día, el estreno de la serie coincidió con la fecha de estreno del *Kanal D*, el 18 de febrero. Concretamente, los guionistas y directores de producción Radu Dragomir y Razvan Săvescu y Marius Moștenescu dejaron *MediaPro*, junto con actores como Emil Mitrache (que interpretaba al Americano de *En el bloque*) y Turdorel Filimon (Popa). Junto con los miembros del equipo técnico que realizó series como *En el bloque* y *En la oficina* y en base a esa experiencia previa, el nuevo equipo concibió *Gașca/ La panda* (2007), bajo el nombre de la casa de producción *Artmovie* y según el mismo modelo que la *sitcom* emitida por *PRO TV*, *En el bloque*. Emitida de lunes a viernes a las 10:00 de la mañana, la serie no consiguió el mismo éxito que la *sitcom* que le sirvió de inspiración, quedándose en 84 capítulos, que habían sido inicialmente pensados para una primera temporada. El guión, similar al de *En el bloque*, pero con menos personajes, cuenta que algunos de los “blocatarios” tuvieron que dejar su bloque y la ciudad donde vivían para trasladarse a otra vivienda y a otra ciudad, tras unos conflictos con las autoridades.

Otra comedia de situaciones emitida por el mismo canal fue *Restaurantul Europa / El restaurante Europa* (2007), cuya trama se construye alrededor de varios personajes, que son: los clientes de dicho restaurante, su dueña, una mujer divorciada

que cría sola a sus hijas y el abuelo de las niñas, un hombre jubilado muy sociable. Producida por *MuraFilm*, llegó a sumar 40 capítulos, con una duración de 24 minutos por capítulo, emitidos de lunes a viernes, en horario matutino a partir de las 8:00. La inversión por capítulo de alrededor de 15.000 €, el ritmo de rodaje siendo de dos días por capítulo (Bunea, 2007).

En el bloque: síntesis de una adaptación

Un ejemplo llamativo –que miraremos más detenidamente, con el fin de examinar las particularidades de este tipo de series y en qué medida su presencia en la parrilla de algunos de los canales de televisión rumanos ha influido en la producción de telenovelas locales– lo constituye la comedia de situaciones rumana, *La bloc / En el bloque* (“*La vremuri noi*”, s.f.). Es una de las primeras producciones seriadas de *MediaPro Pictures*, la compañía que ulteriormente se convertiría en la principal productora de telenovelas rumanas. Su rodaje se inició en el año 2002, bajo la forma de un proyecto de dimensiones reducidas, pero su éxito la llevó a sumar 524 capítulos con una duración de 30 minutos por capítulo, en los siguientes 6 años de producción y emisión en horario estelar, tres veces a la semana, durante 13 temporadas. Inspirados por las series americanas de larga duración *Seinfeld* y la *Familia Bundy*, los guionistas trasladaron las mismas técnicas de producción y las adaptaron a las realidades rumanas, adornándolas con el cómico de situación, según las afirmaciones de la directora ejecutiva de *Pro TV*, Anca Budinschi (“*Sitcomul românesc*”, 2003).

Su título es sugerente, mostrando su anclaje en el pasado comunista. El bloque de pisos representa una estructura típica de vivienda de aquella época, equiparable a otras viviendas similares que perduran aún en otros países excomunistas de la región de Europa Central y del Este. En Rumania esta estructura fue implementada durante la dictadura de Ceaușescu y está presente en todo el territorio rumano. Buena parte de la población sigue viviendo hasta hoy en día en este tipo de bloques, lo que genera una identificación del público seguidor con el tipo de vida y de relaciones de vecindad que se crean en semejantes edificios. Estas interacciones son presentadas de modo cómico en esta serie de televisión, emitida a través del canal *Pro TV*.

Bebiendo de la realidad, la serie se caracteriza sobre todo por el humor –que es particularmente el humor irónico, que surge a partir de momentos de la vida cotidiana de varias familias que habitan en un mismo edificio. El hilo conductor de la serie sigue

los destinos de dos personajes principales, Nelu y Costel, que residen en apartamentos vecinos del mismo bloque, junto a sus mujeres. Las vivencias que surgen a raíz de compartir los problemas y las alegrías de la vida de matrimonio generan situaciones cómicas, que se perpetran a lo largo de los capítulos. Nelu trabaja como taxista y Costel como administrativo, ambos luchando día a día para ofrecer a sus familias una vida digna. Llegan a asociarse para hacer negocios con un rumano adinerado, apodado “El Americano”, que había regresado de Estados Unidos y había invertido parte de su fortuna en comprar un apartamento en el bloque donde vivían las dos familias. La situación del personaje que había vivido en Estados Unidos y que regresó, después de un tiempo en el que pudo ganar lo suficiente como para poder llevar una buena vida en Rumania, es ilustrativo para una parte de la población rumana¹³³. Se genera, también en este caso, cierta identificación por parte de algunos espectadores con las situaciones presentadas.

Es interesante ver reflejado en esta serie el cambio de mentalidades, como resultado de una apertura de la sociedad rumana, favorecida por los avances del proceso de transición. Por ejemplo, una pareja gay –sometida al rechazo de la sociedad durante el periodo comunista– que vive en el bloque, aparece como ejemplo y modelo de buen entendimiento y de armonía, frente a las parejas heterosexuales que se enfrentan constantemente en la serie con problemas de convivencia. Contrastando con el tradicionalismo marcado existente en la sociedad comunista, otra tendencia de cambio resulta visible en las dinámicas de las relaciones de pareja, que se muestran compartiendo las tareas de la casa, o en cuanto a la educación de los hijos, cuyo cargo se divide entre hombre y mujer. Esta comedia de situación muestra un sin precedente en la televisión rumana, donde la realidad y la ficción fusionan: una de las actrices, embarazada en la vida real y en la serie, dio a luz bajo las miradas de los telespectadores, el escenario siendo adaptado a su condición a lo largo de su embarazo (“‘La Bloc’ face revederea”, 2013).

Con la ocasión de la fiesta nacional de Rumania del día 1 de diciembre de 2013, la serie volvió a las pantallas con un capítulo especial, realizado diez años después de la

¹³³ En las condiciones de las aperturas de las fronteras rumanas poco después del inicio del periodo de transición a la democracia, particularmente después de 1995, olas de emigrantes rumanos se dirigieron hacia Estados Unidos a través del programa de la lotería de tarjeta verde de los Estados Unidos, “Green card Lottery”, que aseguraba la obtención del visado de residente en Estados Unidos y el derecho de trabajar en el mercado laboral estadounidense.

su inauguración, imaginado en una localización exótica: Saint Tropez, Francia. En este capítulo especial, los personajes principales Nelu y Costel aparecieron presentados como millonarios rumanos que huyeron de la crisis económica –idea ilustrativa para la situación de muchos rumanos que dejaron el país en el periodo post-comunista, en busca de una vida mejor en el extranjero.

5.1.2 De la *sitcom* a la telenovela

Sobre la base del éxito que tuvieron las producciones seriadas bajo la forma de comedias de situaciones, surge la confianza de realizar también otro tipo de serialidad, más compleja, que es la telenovela, respetando, en grandes líneas, principios de producción similares. Sebastian Voinea, director de producción de telenovelas para los canales *MediaPro Pictures* e *Intact Productions*, destaca elementos de similitud entre la producción de una serie televisiva de tipo *sitcom* y de una telenovela, partiendo de premisas económicas y de modos de producción, justificando así los entrecruces que existen entre una producción teóricamente más corta con una producción más elaborada, que es la telenovela:

Producția unei telenovele coincide cu producția unui serial. Ceea ce definește telenovela este tematica, castingul și interpretarea actorilor. Dar, din punct de vedere al investiției și al producției, este similar cu serialul. Pornind de la aceleași premise, s-au facut *sitcomuri* –mini seriale, ca și producții premergătoare telenovelei. Acestea erau mai ușor de realizat, cu doi sau trei actori. Procesul a fost evolutiv. MediaPro a produs *sitcomuri* care au deschis drumul telenovelelor¹³⁴ (S. Voinea, comunicación personal, Septiembre 6, 2011).

¹³⁴ “La producción de una telenovela coincide con la producción de una serie. Lo que define la telenovela es la temática, el casting y la interpretación de los actores. Pero desde el punto de vista del presupuesto y del rodaje, es similar a la serie. Partiendo desde las mismas premisas, se han hecho sitcoms – mini series, como producciones previas a la telenovela. Los sitcoms eran más fáciles de producir, con dos o tres actores. El proceso ha sido evolutivo. MediaPro ha producido sitcoms que luego han dado el paso a las telenovelas” (traducción de la autora).

Esta iniciativa de producir series breves, que se transformaron, con el aumento del número de telespectadores, en series de proporciones, coexistió posteriormente al año 2004 con la producción de telenovelas, generando dos productos seriados diferenciados. Aunque Voinea mencione la existencia de un proceso evolutivo en términos de producción, que va de la *sitcom* a la telenovela, lo que observamos, según los periodos de producción, es una concomitancia en la transmisión de *sitcoms* y de telenovelas. Tanto la experiencia ganada durante los rodajes de *sitcoms* como la infraestructura desarrollada para este fin sirvieron para dar paso a la producción de telenovelas, pero sin que las segundas excluyeran a las primeras.

Desde 2002, cuando se identifica el inicio de la producción de comedias de situación rumanas y hasta el año 2011, cuando *Prima TV* produce la serie *Yo, Tú, Él y Ella*, tenemos constancia de que las compañías productoras de programas televisivos *MediaPro Pictures*, *Intact Productions* y *La Dolce Vita*, *Prima TV* y *TVR 1* siguen produciendo *sitcoms* que se emiten en su mayor parte en horario estelar, sin incidir en la popularidad de las telenovelas, transmitidas en su mayoría por el canal *Acasa TV* y dedicadas en especial a un público femenino.

En cuanto al público meta de las series de comedia, en su mayoría van dirigidas a un tramo de edad comprendido entre 15/18-49 años, por lo general del medio urbano y con estudios medios. Excepciones son: la serie *Los Barones*, que va dirigida a un público mayor de 40 años y con estudios medios-superiores y *Senda hacía Europa*, dirigida al público rural (Bunea, 2007).

5.2 Elementos de inspiración latinoamericana en la telenovela rumana

5.2.1 La latinidad como denominador común

Rumania siguió el mismo camino de producción de telenovelas que los demás países de Europa Central y del Este: empezó como compradora de telenovelas a las que se aficionó, para luego desarrollar una industria propia en el momento cuando dispuso de medios económicos para invertir en ello.

Al igual que la mayoría de los países de Europa Central y del Este, Rumania ha optado por el modelo latinoamericano de telenovela para la realización de sus propias

producciones. Pero, desde su condición de único país latino de la región considerado “una isla latina en un mar eslavo”, asumimos que la situación es distinta, comparado con el resto de estos países. Gracias a su latinidad, Rumania muestra un caso particular y asiduo en cuanto a la producción de telenovelas, donde el modelo original latinoamericano se hace muy presente.

Consideramos que la existencia de ciertos elementos culturales similares que generan la identificación del espectador rumano con las situaciones presentadas, en las telenovelas constituye un factor clave en la aceptación y el apego por parte de la audiencia a este tipo de serie televisiva en comparación, por ejemplo, con el *soap opera* que fue exitoso en Rumania, pero que no llegó a convertirse en un modelo para la producción de telenovelas nacionales, como pasó con las telenovelas latinoamericanas. Como se verá más adelante, de los ejemplos de telenovelas rumanas analizadas, al menos en un principio del periodo de producción, se operaron relativamente pocos cambios en el caso de las telenovelas rumanas a nivel de estructura formal y de contenidos con respecto a la matriz.

Acordamos con Augusta Lazarov en cuanto a su afirmación que las telenovelas rumanas se construyen partiendo de la misma base que las telenovelas latinoamericanas, pero que uno de los rasgos que las caracteriza es una esencia más realista en cuanto a su anclaje en la vida cotidiana y con respecto a la forma de interpretación de los actores, menos exagerada y más natural:

[Telenovelele românești] împrumută structura de baza latinoamericană, dar ele sunt mult mai realiste, bazate mai mult pe logică, pe posibilitatea reală ca acele întâmplări să aibă loc. Ele sunt asimilate de public ca fiind parte din viața reală, au o reflectare directă în viața cotidiană a telespectatorului, pe când cele latinoamericane sunt mai fanteziste. Interpretarea actorilor, de asemenea, în cazul produselor latinoamericane are un ton mai ridicat, este ușor histrionică, mai pătimășă decât în cazul telenovelelor românești ¹³⁵ (A. Lazarov, comunicación personal, correo-e, Septiembre 15, 2011).

¹³⁵ “[Las telenovelas rumanas] adoptan la estructura de base latinoamericana, pero son mucho más realistas, basadas en la lógica y en la posibilidad de que los sucesos que construyen la historia ocurran en la vida real. Estos son asimilados por el público como tal, encontrando un reflejo directo en la vida cotidiana del telespectador, mientras que las telenovelas latinoamericanas son más próximas a la fantasía.

Ruxandra Ion¹³⁶, fundadora y directora ejecutiva del canal *Acasa TV*, apostó por la idea de producir telenovelas nacionales con actores rumanos conocidos y con historias que revistieran significados más próximos para un público rumano. La “madre de las telenovelas rumanas”, tal como se le ha apodado a Ruxandra Ion, confirma el hecho de que el gran éxito de las telenovelas latinoamericanas como *La esclava Isaura* (1976-1977, *Rede Globo*, Brasil), *Salomé* (2001-2002, *Televisa*, México) *El Clon* (2001-2002, *Rede Globo*, Brasil) o *Cuidado con el ángel* (2008, *Televisa*, México) influyeron en gran medida en la decisión de empezar a producir telenovelas rumanas. Según Ion, el componente melodramático, expresado a través de los mitos y leyendas populares rumanos, que en su mayoría contienen motivos románticos e historias de amor atribuidos a la filosofía nacional impregnada de patetismo¹³⁷, es un rasgo que se encuentra entre los atributos que caracterizan al pueblo rumano. Al mismo tiempo, recordamos la afirmación de José Ignacio Cabrujas, según quién el patetismo es un rasgo característico también al pueblo latinoamericano, que se deja ver también en la telenovela:

Asimismo, la interpretación de los actores de telenovelas latinoamericanas tiene una tonalidad histriónica y más pasional que aquella que se ve en las telenovelas rumanas” (traducción de la autora).

¹³⁶ Ruxandra Ion empezó su carrera en el mundo del audiovisual poco después de la caída del comunismo, como directora escénica para la *Televisión Rumana (TVR)*. Se hizo remarcar en la *TVR* a través de sus emisiones y películas para niños. *Abracadabra*, que inició en el año 1990 a través del canal público *TVR*, se trasladó a partir de 1996 al canal comercial *Pro TV*, donde siguió sus transmisiones hasta el año 2001. *Abracadabra* obtuvo un premio internacional en Blagoevgrad-Bulgaria. La película, producida por Ion junto con el operador Florin Tolas fue distinguida con el *Prix Danube 1995* de Bratislava, para el mejor documental para niños y jóvenes. En el año 1998 fue nombrada directora ejecutiva del canal *Acasa TV*, donde su actividad siguió siendo apreciada, obteniendo otros premios nacionales e internacionales (“Ruxandra Ion”, s.f.).

¹³⁷ El patetismo, en su acepción generadora de “afectos vehementes, y con particularidad dolor, tristeza o melancolía” (Real Academia Española, 2001) tiene sus raíces arraigadas en el folclore nacional rumano. Su mayor poder expresivo reside en la *doina*, que es, según la definición del *Diccionario Explicativo de la lengua rumana* (Academia Română, 2009), una canción elegíaca típica del género lírico de la poesía popular, específica al folclore rumano, caracterizada por su profunda emotividad, provocando sentimientos de tristeza, de revuelta y de amor. La síntesis del sentimiento de soledad y de añoranza es reflejada por la palabra particular “dor”, que tiene como correspondiente más próximo a su sentido original rumano la palabra “saudade”, en lengua portuguesa.

“[...] la telenovela se va a nutrir de un sentimiento pivote para los latinos: el patetismo –lo extremadamente doliente, sentimental–. [...] La telenovela ha manejado muy bien el patetismo porque todos tendemos a emocionarnos ante eso y, aunque lo adoptamos de España, le dimos un nuevo y profundo sentido, y hoy es lo más latinoamericano que existe” (2001: 152).

Consideramos que el patetismo constituye, por lo tanto, un elemento clave que hace que el público rumano se sienta particularmente atraído por este tipo de producción, basada ampliamente en la expresión de sentimientos, que es la telenovela. A este elemento, Ion le suma la “sangre caliente” latina que caracteriza estas narrativas televisivas, lo que contribuye a que las historias de amor tengan un gran éxito frente al público rumano (R. Ion, comunicación personal, correo-e, Agosto 12, 2011).

En el año 2001, la directora de *Acasa TV* defendía la idea del acercamiento a los orígenes latinos en una entrevista para la revista *TV Mas Magazine*: “Tenemos un origen latino de manera que hay una identificación con los latinoamericanos. El público en Rumania tiene la misma pasión y sueños y allí no solo tienen éxito las historias tipo Cenicienta sino que también son exitosas las telenovelas como *Betty la fea*, *El Clon*, *Salomé* y *Juana la virgen*” (“Acasa TV: Canal para mujeres”, 2001).

Sobre el origen latino y el gusto por el sentimentalismo, que genera en los pueblos latinoamericanos y en el pueblo rumano una vibración muy parecida, Inés Năstăsoiu argumenta:

Latinitatea noastră se reflectă în faptul că, la fel ca și telenovelele latino, cele românești au acel “sangre caliente”, pasiunea tipică latino, lucru pe care nu-l regăsești în telenovelele altor țări din spațiul extra-latin. Scenele de dragoste vibrează, total este mult mai cald, geloziile din dragoste mai aprige, total mult mai intens.¹³⁸ (I. Năstăsoiu, comunicación personal, Septiembre 11, 2011).

Las palabras de Antoanela Ungureanu, una de las antiguas directoras de adquisiciones del canal *Acasa TV*, actualmente vinculada al canal de televisión *Nova TV*

¹³⁸ “Nuestra latinidad se refleja en el hecho de que, igual que las telenovelas latinoamericanas, las telenovelas rumanas poseen esa “sangre caliente”, la pasión típica latina, que no se encuentra en otras telenovelas del espacio extra-latino. Las escenas de amor vibran, todo es mucho más cálido, los celos del amor son más apasionados y todo mucho más intenso” (traducción de la autora).

de la República Checa, justifican la adaptación diferenciada del modelo latinoamericano de telenovela en los países de origen eslavo, en comparación con Rumanía como país de origen latino:

Toate telenovelele au elemente sentimentale, melodramatice – că doar nu degeaba sunt create de latinoamericani! Caracteristicile culturale ale unei țări determină în mare măsură succesul sau insuccesul acestui gen. Noi, spre deosebire de nemți, de cehi, avem origini latine. [...] Suntem mai temperamental, exagerăm, suntem melodramatici în viața de zi cu zi și aceste aspecte explică de ce într-o țară precum România un canal de telenovele are un succes fabulos, în vreme ce în țările vecine nu putem să vorbim despre așa ceva, iar în grilele televiziunilor abia dacă se poate vedea vreun titlu¹³⁹ (A. Ungureanu, comunicacion peronal, correo-e, Julio 5, 2011).

En base a estas afirmaciones, podemos identificar y resaltar algunos elementos que marcan la diferencia entre las telenovelas rumanas y las telenovelas locales de otros países de Europa Central y del Este. El hecho de que las producciones rumanas preserven en gran medida el carácter melodramático de la telenovela latinoamericana, podría explicar la cercanía de la adaptación rumana al modelo latinoamericano. Consecuentemente, consideramos que la proximidad cultural existente radica, por un lado, en el gusto del público rumano por la componente melodramática y, por otro lado, en elementos que identifican al pueblo rumano como latino. La cercanía a nivel idiomático es uno de estos elementos, al ser el español, el portugués y el rumano lenguas latinas, frente al inglés hablado en las *soap operas*, por ejemplo.

Siguiendo esta lógica, observamos que, a raíz de la proximidad cultural, se generan dos niveles de identificación: en primer lugar, se trata de una identificación con el modelo de telenovela latinoamericano, lo que hace que su *modus operandi* sea

¹³⁹ “Todas las telenovelas tienen elementos sentimentales, melodramáticos – no es por nada que las conciben los latinoamericanos! Las características culturales de un país determinan, en gran medida, el éxito o el fracaso de este género. Los rumanos, a diferencia de los alemanes, checos, tenemos raíces latinos. [...] Somos más temperamentales, exageramos, somos melodramáticos en la vida diaria y estos aspectos explican porqué en un país como Rumania un canal de telenovelas tiene un éxito fabuloso, mientras que en los países vecinos eso casi no existe y a penas se puede ver algún título de telenovela en las parrillas de las televisiones” (traducción de la autora).

adaptado para la realización de telenovelas rumanas; y, en segundo lugar, una identificación cultural a nivel nacional, con la realidad autóctona, lo que hace que se produzcan telenovelas en lengua rumana y con actores, casi en exclusividad¹⁴⁰ rumanos.

5.2.2 El *feedback* o la implicación del público en el seguimiento de la historia

Resulta relevante tomar en cuenta que la medición de las audiencias y el *feedback* por parte de los espectadores tiene, igual que en el caso de las telenovelas latinoamericanas, un papel esencial en el seguimiento de la telenovela rumana. Asimismo, el *feedback* del público está puesto al servicio de “ganar audiencias”, en el sentido en el que su reacción y sus valoraciones son orientativas para los productores de telenovelas, en términos de articulación de las historias y de elección de los personajes, tal como revela Sebastián Voinea, desde su experiencia en la dirección de la producción de telenovelas:

Publicul poate interveni în scrierea scenariului și participă, în mod activ, la producția telenovelei. Cuvântul său are mult de spus, mai ales în ceea ce privește personajele: prin intermediul părerii sale, vedem care personaje au mai mult succes, care plac mai mult publicului și care nu. Personajelor îndrăgite li se dezvoltă rolul și celor care nu plac, se încearcă să se îmbunătățească. Dacă vedem că nu funcționează, soluția optimă este să îi facem să dispară, înlocuindu-i cu alții. Cu certitudine, publicul este un participant activ și definitoriu în evoluția unei telenovele¹⁴¹ (S. Voinea, comunicación personal, Septiembre 6, 2011).

¹⁴⁰ Decimos “casi en exclusividad”, porque en algunos casos de telenovelas rumanas, tal como se verá a lo largo del presente capítulo, habrá ocasiones en las que actores consagrados de telenovelas latinoamericanas estarán invitados para actuar en telenovelas rumanas, generando unos interesantes casos de hibridación cultural y de diálogo intercultural.

¹⁴¹ “El público puede intervenir en la escritura del guión y participa, de manera activa, en el rodaje de la telenovela. Su palabra tiene un peso importante, sobre todo en cuanto a los personajes: a través de su opinión, vemos cuales personajes tienen más éxito y cuáles personajes gustan más al público y cuáles no. A los personajes exitosos se les desarrolla el papel y a los que no gustan, se les intenta mejorar. Si vemos que no funciona, la solución óptima es hacerlos desaparecer, reemplazándolos por otros. Ciertamente, el público es un participante activo y definitorio en la evolución de una telenovela” (traducción de la autora).

Asimismo, Iura Luncașu, comparte algunas reflexiones sobre la importancia de la interactividad de los espectadores en el seguimiento de una telenovela y puntualiza aspectos de las estrategias que maneja la productora *MediaPro Pictures* para alentar el acercamiento del público a la telenovela y a sus personajes:

Feedback-ul spectatorilor intră în zona de marketing, de promovare. Ce știu sigur este că întotdeauna am mizat pe interactivitatea spectatorilor și pe gradul lor de implicare prin pagini dedicate produsului, prin rețele de socializare, concursuri, formuri etc. În aceeași măsură, facem sonadaje pentru a afla care le sunt așteptările și dorințele. Mai mult, la fiecare proiect am invitat fanii să vină pe platou la filmări, să fie parte dintr-o zi obisnuită la cadru și să aibă contact cu povestea și actorii¹⁴² (I. Luncașu, comunicaci3n personal, correo-e Julio 10, 2011).

Según las especificaciones de Luncașu, la página web del canal *Acasa TV* es la fuente principal de medici3n del pulso del interés del público. Mediante encuestas y preguntas con múltiple respuesta, al público se le da la posibilidad de votar sobre lo que le gustaría que hicieran los personajes a continuaci3n, o cuales serían las potenciales parejas que se podrían constituir. Los foros de discusi3n son otro medio de consulta del público, mediante la interraci3n directa, del diálogo entre los seguidores de una misma telenovela. También se toma en cuenta la reacci3n del *Consejo Nacional del Audiovisual (CNA)* rumano, que está autorizado a hacer sugerencias o solucionar quejas del público mediante su intervenci3n, en el caso en el que el contenido de una telenovela no fuera adecuado para el correspondiente horario de transmisi3n, o en cualquier otra circunstancia que le incumbiera.

¹⁴² “El *feedback* de los espectadores tiene vistas a la zona de marketing, de promoci3n. Lo que puedo afirmar con certeza es que siempre hemos contado con la interactividad de los espectadores y con su nivel de implicaci3n mediante las páginas web dedicadas al producto, mediante las redes sociales, concursos, foros, etc. En la misma medida, procedemos a realizar encuestas para ver cuales son sus expectativas y sus deseos. Es más, en el caso de cada proyecto telenovelistico, hemos invitado a los seguidores fieles en el plat3 para asistir a un día habitual de rodaje y para tomar contacto con los actores y con la historia en la que ellos actúan” (traducci3n de la autora).

A su vez, Mihai Bauman afirma que el final de una telenovela es desconocido incluso para sus realizadores y que, a medida que su producción avanza, las reacciones del público son determinantes para su seguimiento: “Sunt personaje care prind la public și care sunt promovate ca atare. La fel sunt și povești care sunt mai interesante și sunt dezvoltate. De obicei, se scrie pe măsură ce se difuzează, deci există posibilitatea modificării și adaptării poveștii după preferințele publicului” ¹⁴³ (M. Bauman, comunicación personal, correo-e, Abril 12, 2011).

5.3 Entrecruces entre el modelo original latinoamericano y el producto híbrido rumano

En primer lugar, las telenovelas rumanas y las telenovelas latinoamericanas comparten aquella componente del melodrama, aquel lado sensual, ofrecido por el sentimiento del amor sublimado mediante pasiones extremas, sin sutilezas, llegando a lo más profundo del ser humano, que no apela a lo racional. Desde su experiencia como escritor de telenovelas, el venezolano José Ignacio Cabrujas describe muy bien el ingrediente de base, que es la sensualidad: “El melodrama es sensual y la sensualidad no se hace preguntas; sacude una parte instintiva y brutal de nuestro ser que obnubila la inteligencia. El melodrama nos inserta en nuestra “parte oscura”, por eso nuestra respuesta es netamente emotiva” (2001: 119). Aunque la pasión, surgida del amor en su multitud de variantes sea tema de inspiración universal para las telenovelas, en las narrativas rumanas apreciamos un marcado acercamiento al específico latinoamericano en cuanto a la forma de interpretación de los actores, que tradicionalmente consigue insertar al público en aquella “parte oscura” que menciona Cabrujas, a diferencia de las telenovelas producidas en los países de orígenes eslavos, donde esta “parte oscura” queda velada, oculta. Así, esta forma de actuación sensual no es muy común para las telenovelas producidas en otros países de Europa Central y del Este, mientras que la respuesta del público queda también menos emotiva, tal y como hemos podido remarcar en el capítulo anterior, del estudio sobre las telenovelas en esta parte de Europa.

¹⁴³ “Hay personajes que son queridos por el público y que se promueven como tal. Asimismo, hay historias que resultan más interesantes que otras y son desarrolladas. Habitualmente, se escribe a medida que se emite y por ello existe la posibilidad de modificación y de adaptación de la historia según las preferencias del público” (traducción de la autora).

La similitud entre las telenovelas latinoamericanas y las telenovelas rumanas destaca fundamentalmente también a través de otro elemento que se añade a su estructura romántica, que es la inspiración en la realidad, que, al mismo tiempo, las distingue de las primeras. La trama de la serie de ficción está arraigada en la vida real, aunque no pretenda ofrecer un análisis de ésta, siendo más bien “una peripecia incrustada en la realidad”, según las palabras de Cabrujas (2001: 54). Observaremos, igual que en el caso de las *sitcoms* rumanas, la inspiración del pasado histórico comunista y sus implicaciones sociales en la sociedad contemporánea, en transición a la democracia. A la afirmación de López-Pumarejo “la telenovela es un estilo de textualizar capaz de absorber cambios históricos, demográficos y culturales y que precisamente por eso reina el flujo televisivo” (1987: 167), añadimos que la componente de la realidad histórica contribuye a aumentar el nivel de proximidad del público hacía la producción.

El rodaje se efectúa en Rumania según hábitos de producción latinoamericanos, adoptados por los equipos rumanos. El productor aporta un guión previo, que se desarrolla en plató por un equipo especializado. El rodaje se realiza en dos estudios, cada uno con una escenografía específica, donde a menudo el espíritu de improvisación y la flexibilidad que se dan en este proceso dejan lugar a la creatividad de los directores y de los actores. Se espera que un horario intenso de rodaje, de 12 horas diarias, produzca un capítulo de telenovela. Se rueda en vivo (*live tape*) y se espera que se filme una sola vez (López-Pumarejo, 1987).

Para ofrecer un cuadro más específico y concreto de cómo se realiza el rodaje de una telenovela rumana, citamos a Mihai Bauman, guionista y director de producción de películas y de telenovelas para las productoras *Intact Productions* y *Family Film*:

De obicei, un episod este filmat într-o zi, în proporție de 90%, împreună cu 2 echipe, una de platou, alta de locații. Echipa de platou filmează între 26-30 de minut utile, iar cea de exterior, între 12-17 minute utile. Actorii se plimbă de la o echipă la alta în funcție de programul de filmare. Telenovelele îmi par un soi de producție mai supus arbitrariului decât orice alt fel de producție (film, publicitate). Trebuie să fii maleabil, înțelegător, să cauți soluții rapide, e mai

mult o artă a compromisului¹⁴⁴ (M. Bauman, comunicación personal, correo-e, Abril, 12, 2011).

Es relevante destacar la especificidad de los títulos de las telenovelas rumanas que, igual que en el caso de las telenovelas latinoamericanas, son breves y fáciles de comprender y pronunciar. Sobre la importancia de los títulos en una producción cinematográfica, Máximo Uribe Díaz escribe: “El público demuestra su preferencia por un título que él pueda entender, un título que le diga, francamente y sin rodeos, de que se trata la película que le están tratando de vender” (1980: 31). Por lo tanto, los títulos de telenovelas rumanas como aquellas producidas por *MediaPro Pictures: Sólo el amor* (2004-2005), *Lágrimas de amor* (2005-2006), *Amor como en las películas* (2006-2007), o *El honor de amar* (2010), el espectador se puede dar cuenta fácilmente de que seguirá una o varias historias de amor, igual que lo sugieren algunos títulos de telenovelas mexicanas de *Televisa: Amor real* (2003), *Amarte es mi pecado* (2004), *Destilando amor* (2007), o *En nombre del amor* (2008).

Emitidas exclusivamente en horario estelar, las telenovelas rumanas se parecen a aquellas latinoamericanas también con respecto a la estructura formal, en cuanto a número de capítulos¹⁴⁵ y duración de un capítulo (entre 45 minutos y una hora, con publicidad incluida), aunque en algunos pocos casos, un capítulo de una telenovela rumana pueda llegar a extenderse hasta 90 minutos (Ver anexo 5). Asimismo, el seguimiento de la historia, en el que el público tiene una palabra importante que decir en cuanto a sus personajes favoritos y que expresa mediante el *feedback*, se encuentra tanto en las telenovelas latinoamericanas como en las rumanas.

Profundizando en los contenidos, constatamos que el hilo conductor lo constituye una historia de amor, que en la mayoría de los casos parece imposible. Se da entre personajes que pertenecen a mundos distintos, que evoluciona e involuciona a

¹⁴⁴ “Por lo general, un capítulo se rueda en un día, en proporción de 90%, junto con 2 equipos, uno de plató, otro de exteriores. En el plató el equipo rueda entre 26-30 minutos útiles y el de exterior, entre 12-17 minutos útiles. Los actores van de un equipo a otro en función del programa de rodaje. Las telenovelas me parecen un tipo de producción sometido a la arbitrariedad, más que cualquier otra producción (película, publicidad). Uno tiene que ser maleable, comprensivo, tiene que buscar soluciones rápidas. Se trata, más que nada, de un arte del compromiso” (traducción de la autora).

¹⁴⁵ Aunque esta varíe ampliamente – entre 80 y 250, no llega a miles de capítulos como en el caso del *soap opera*.

ratos y que se desarrolla a lo largo de los capítulos, en paralelo con otras tramas secundarias, manteniendo al público cautivado por sus enredos mediante el suspense. Si México da lugar preponderante a la centralidad de los sentimientos en el desarrollo de la sus historias, Brasil identifica problemas de orden social que trae a las pequeñas pantallas, frente a los ojos de los telespectadores, enmarcándolas en contextos históricos bien definidos.

Los personajes son, igual que en la realidad y en las telenovelas latinoamericanas, buenos y malos. La trama de la telenovela rumana deja muy clara esta demarcación, por lo general recompensando, en un final, a los buenos y castigando a los malos. Así, las tipologías de personajes son fácilmente identificables a los ojos del público. En cuanto a los actores, en muchos casos ellos proceden del mundo del espectáculo, o son actores de películas ya conocidos a nivel nacional. En otros casos, su prestación en telenovelas les hace desarrollar también una carrera musical, como es el caso de la actriz rumana Adela Popescu, que interpreta varios temas de telenovelas en las que también actúa.

5.3.1 Fases de producción de las telenovelas rumanas

Después de haber presentado estos aspectos generales que marcan similitudes entre las producciones latinoamericanas y rumanas, nos centraremos en identificar rasgos particulares que ponen en relieve las especificidades de las telenovelas rumanas con respecto a sus modelos. Según la observación de la evolución del proceso de producción de telenovelas nacionales y de sus características, que las acercan a las latinoamericanas, se puede notar que, hasta adquirir el conocimiento necesario sobre el proceso de producción, las productoras rumanas siguen desde bastante cerca el modelo de telenovela mexicano.

En una primera fase de producción (2004-2006¹⁴⁶), es notable un seguimiento más visible del modelo mexicano de *Televisa*, donde las escenas de interiores son las más frecuentes. Sin embargo, las producciones rumanas dejan ver un número más

¹⁴⁶Aunque incluyamos en esta etapa también a la producción *Îngerașii / Los angelitos* que fue producida entre los años 2008-2009, nos referiremos como a este periodo como siendo comprendido entre los años 2004-2006, dada la orientación general de las producciones ulteriores, realizadas a partir de 2007, hacía el modelo brasileño de telenovela.

grande de escenas de exterior en comparación con las mexicanas de *Televisa* –donde las tomas de exteriores sirven, sobre todo, para ubicar los lugares donde se desarrollan los diálogos. Enfocadas a los diálogos, las tramas son menos complejas, y destacan por la facilidad de comprensión del hilo conductor de la historia, que abunda en escenas donde los sentimientos son expresados de una forma más exagerada y más pasional, tal y como mencionaba Augusta Lazarov (A. Lazarov, comunicación personal, correo-e, Septiembre 15, 2011).

Resulta relevante para nuestro estudio destacar que son muchos los casos en los que las telenovelas rumanas se alejan del modelo de las telenovelas “tradicionales” basadas en historias del tipo *Cenicienta*, con planteamientos idílicos y superficiales de los personajes y cuyo desenlace da lugar a un matrimonio que promete una vida feliz. Se acercan, en cambio, a otro modelo –el de *TV Azteca*, que ofrece una visión crítica de la sociedad, a raíz de la implicación de factores sociales y de cotidianidad psicológica en las vidas de los personajes. La presencia de estos elementos complejiza la trama, en la que interfieren escenas de acción y de violencia. Observaremos más concretamente dicho acercamiento al modelo de telenovela de *Azteca TV* –al que vemos como una transición entre el modelo de *Televisa* y de la *Rede Globo* brasileña– mediante la inclusión de contenidos de índole social como el tráfico y la dependencia de drogas o el abordaje del tema de la homosexualidad. De esta forma, la telenovela rumana responde a una modificación en la estructura tradicional, a través del desfile de nuevos personajes que son homosexuales, prostitutas, proxenetas, mientras que la incorporación de escenas “de cama”, eróticas, es también un salto que se da respecto a las telenovelas tradicionales (Puppo, 1997: 117). Se preserva, además, el “desgarramiento trágico” (Martín-Barbero y Rey, 1999: 98) típico a las telenovelas más tradicionales.

Por lo tanto, las telenovelas de este periodo podrían encajar, más bien, en la tipología de la telenovela social, que, según el director de teatro y televisión Ibrahím Guerra abunda en escenas de acción y de violencia. Los hilos argumentales están arraigados en la realidad, su principal atractivo siendo el de exponer un análisis informativo y crítico de la sociedad. En este tipo de telenovela social, los personajes se enfrentan a contradicciones que parten de sus convicciones intelectuales y emocionales y de las incongruencias sociales con las que son disconformes (Guerra, 2001).

Al mismo tiempo, desde sus inicios, la telenovela rumana se puede considerar una telenovela moderna, que, según Martín-Barbero y Rey (1999: 98) es aquella que incorpora el realismo dentro de su esquema melodramático, posibilitando la

cotidianización de la narrativa mediante las referencias históricas y los matices culturales. Esta tendencia modernizadora, que mantiene al mismo tiempo su vertiente social a base de referentes históricos y culturales, se hace notable desde las primeras producciones rumanas, siendo más visible en las telenovelas que se producen en una etapa ulterior, a la que nos referiremos como a una segunda fase.

En la segunda fase (2007-2009), las producciones rumanas comienzan a acercarse más visiblemente al modelo de telenovela brasileño de *Rede Globo*, continuando, en un principio, la fase de transición iniciada con el modelo desarrollado por *Azteca TV*. Las telenovelas rumanas identificables para este periodo añaden a su temática aspectos sociales, que se reflejan en las diferencias de clase o las diferencias de tipo religioso, o basadas en el sistema de usos y costumbres propias de diversas comunidades.

Según el éxito de las telenovelas nacionales realizadas entre 2004-2006 y debido a una mayor experiencia de producción, las productoras se lanzan a invertir en proyectos de mayor envergadura, que suponen desplazamientos de los equipos de producción fuera del país. Así, una particularidad de esta fase de producción consiste en la deslocalización de los lugares de rodaje, particularmente de las escenas exteriores, que se trasladan a países más o menos lejanos a Rumania, en su búsqueda de ofrecer veridicidad a las historias narradas. Esta tendencia es directamente proporcional al presupuesto mucho más alto invertido en la producción de las telenovelas de esta segunda fase respecto de la anterior.

Multiculturalidad y el multilingüismo son predominantes, tanto a nivel de producción –porque los equipos rumanos trabajan junto a equipos de los países donde se efectúa el rodaje, como a nivel de contenidos y de actuación de los personajes. En cuanto a los contenidos, las situaciones de índole social implican a personajes de etnias o de nacionalidades distintas, o que interpretan a extranjeros, lo que hace que en el plató se hablen varios idiomas. Se da el caso de multiculturalidad y de multilingüismo particularmente en la telenovela *Iubire și onoare / El honor de amar*, dado que algunas escenas se rodan en Egipto y en Turquía. Esencialmente, consideramos que este periodo destaca a través de una armonización de las diferencias culturales, a través del fomento de su comprensión y de su aceptación en el contexto de la entrada de Rumania en la Unión Europea en 2007.

La tercera fase que identificamos (2009-2011), se caracteriza por una personalización de las telenovelas, que adquieren cierta independencia con respecto al

modelo latinoamericano. Destacamos como representativa para esta fase la producción *Fetele marinarului / Las hijas del marinero* (Intact Media Group y Tandem Film, 2009), cuya novedad y originalidad culminan a través del exotismo de los lugares de rodaje, que la hacen atractiva a los ojos del público. La especificidad del toque rumano presente en esta telenovela consiste en la presencia de elementos de multiculturalidad y de multilingüismo, ya presentes en las producciones de la etapa anterior, pero más diversificados en esta telenovela, lo que le confiere un valor añadido frente a las telenovelas latinoamericanas. Al mismo tiempo, las escenas de sexo explícito que llegan hasta ser consideradas pornográficas, y que abundan en las últimas dos telenovelas de esta etapa: *Narcisa Salvaje* y *Narcisa. Amores ilegales* rompen con los canones de las telenovelas latinoamericanas. Su presencia en la pantalla atrajo las críticas del *Consejo Nacional del Audiovisual Rumano* (CNA), que invocó la inadecuación del horario de transmisión. En cambio, en las telenovelas latinoamericanas este tipo de escenas son veladas, o solo sugeridas, lo que marca la diferencia entre las telenovelas rumanas y las latinoamericanas en esta fase.

Mediante el rastreo de elementos inspirados de la realidad nacional y de similitudes con las telenovelas latinoamericanas en las telenovelas rumanas producidas entre los años 2004-2011, nos proponemos comprobar los niveles de identificación mencionados más arriba como parte de la hipótesis de que la telenovela rumana es un producto híbrido: una síntesis del modelo latinoamericano de telenovela adaptado a la realidad rumana.

Para llevar a cabo el análisis de las telenovelas rumanas, el esquema que seguiremos es aquello que propone Christine Gledhill para identificar los significados que sugieren la pertenencia de algunas series norteamericanas al género del *soap opera* (1977: 352). Por tanto, los aspectos que seguiremos en el caso de las telenovelas, siempre observados desde una perspectiva comparativa entre las producciones rumanas y las latinoamericanas, se enfocan principalmente, según este esquema, en:

- Formato y horarios de difusión;
- Temática central y argumento;
- Patrones y locaciones de rodaje;
- Características de la narrativa;
- Tipología de personajes.

Dado que muchas telenovelas rumanas presentan entrecruces que atañen al *star system*, también tomaremos en cuenta algunos detalles, bastante representativos en el caso de las telenovelas rumanas, relativos a cómo el mundo del espectáculo interfiere en la elección de los actores en el campo de la ficción televisiva.

Antes de pasar a la identificación de dichos elementos en las producciones rumanas, conviene detenernos sobre las principales productoras de telenovelas de Rumania, ofreciendo un panorama general sobre su actividad desde el momento de su creación y hasta su orientación hacia la creación de series de televisión del tipo *sitcoms* y telenovelas.

5.3.2 Productoras rumanas de telenovelas

Desde el año 2004, cuando nace la telenovela rumana, y hasta el año 2011, las cuatro productoras privadas del país – *MediaPro Pictures*, *Intact Media Group*, *Tandem Film* y *La Dolce Vita Productios*– han creado 15 telenovelas. La producción autóctona se demuestra significativa para el país, tanto cuantitativamente como cualitativamente. En estos siete primeros años, se realizó una media de dos telenovelas al año. La productora más importante es *MediaPro Pictures*, responsable de 10 telenovelas, mientras que las otras tres realizaron 5 telenovelas, a menudo como coproducciones a nivel nacional.

Detallaremos, a continuación, la actividad de producción de cada una de ellas, en orden de la importancia de su actividad de producción.

MediaPro Pictures

MediaPro Pictures (“MediaPro Pictures”, s.f.) representa una institución fundamental para la realidad audiovisual contemporánea rumana, que ha contribuido a construir el substrato audiovisual del país, tanto durante el periodo comunista, como después de la caída del régimen. Su actividad, indicadora de la modernización del sector audiovisual rumano, está caracterizada por una gran diversidad en la producción de programas televisivos, siendo la producción de telenovelas solo uno de sus campos de explotación.

En 1950 se comenzó a construir lo que más tarde sería *Centrul de Producție Cinematografică Buftea* / *El Centro de Producción Cinematográfica Buftea* –usando una terminología típica para el periodo comunista. Como cualquier otra institución bajo

el régimen, los estudios eran propiedad del Estado y controlados por el Partido Comunista, que imponía la censura allí donde lo consideraba necesario.

Para dar cuenta de su evolución hasta hoy en día, es interesante destacar que la actividad del Centro durante el periodo comunista se concretó sobre todo en la producción de películas. Entre los años 1959 y 1989, rodaba más de 30 películas al año. Entre las más importantes, que ganaron premios internacionales en el Festival de Cannes, recordamos: *Scurtă istorie / Una breve historia* (1957), distinguida con la *Palme d'Or* al mejor cortometraje; *Pădurea spânzuraților / El bosque de los ahorcados* (1965) realizada por Liviu Ciulei, quien recibió el premio al mejor director; *Răscoala / La revuelta* (1966) dirigido por Mircea Mureșan obtuvo el premio de debut; *Cântecele Renașterii / Las canciones del Renacimiento* (1969), dirigido por Mirel Ilieșiu ganó el premio *Palme d'Or* al mejor cortometraje.

Además de realizar películas que obtuvieron éxitos internacionales, las condiciones técnicas ofrecidas por los estudios rumanos permitieron la creación de coproducciones internacionales en Buftea, antes de 1990. Estas colaboraciones fueron posibles en el contexto del periodo de relajación de la censura comunista y de relativa apertura, dentro un sistema con preponderancia hermético. *Ciulinii Bărganului / Los cardos de Bărgan* (1957), de inspiración histórica nacional, dirigida por el francés Louis Daquin y el rumano Gheorghe Vitanidis fue nominada a los premios de la sección de guión del Festival de Cannes de 1958. *Codin* (1963) y *Steaua fără nume / La estrella sin nombre* (1966) fueron las dos dirigidas por el francés Henri Colpi. *Serbările galante / Las fiestas galanes* (1965) es otra coproducción rumano-francesa, dirigida por René Clair.

Después de Revolución de 1989, presenciamos un periodo de relativo silencio en la actividad de los Estudios, que resultó en una drástica disminución de la producción de películas y el consecuente cierre de salas de cine.

MediaPro Pictures inicia su actividad en 1998, después de comprar en licitación los *Estudios de Producción Cinematográfica de Buftea*, llegando a ser considerada hoy en día líder en producción de programas de entretenimiento en Rumania. Forma parte del *Grupo MediaPro*, el grupo mediático más exitoso en el mercado rumano. Su sede está en Buftea, a 20 km de Bucarest, donde se encuentra la mayor superficie de estudios cinematográficos de Europa del Este, los *Estudios MediaPro*, que cuentan, en un espacio estimado de 40 hectáreas, con 19 platós, 4 piscinas habilitadas para el rodaje subacuático (“Media Pro Studios”, s.f.). La actividad de *MediaPro Pictures* se articula

alrededor de la producción de programas televisivos y de cine. Cuentan, al mismo tiempo, con una división especializada en la organización de eventos *L!VE* y con otra que se encarga de producir spots publicitarios y videoclips, *Domino Productions*. Por todo ello, así como en su labor pionera en la producción de nuevos formatos, *MediaPro* se ha convertido en marco de referencia en la historia del entretenimiento rumano. Lo demuestran: la primera *sitcom* local de larga duración, *La bloc / En el bloque* (2002-2008); la primera telenovela rumana, *Numai iubirea / Sólo el amor* (2004); la primera serie policiaca local, *Băieți buni / Chicos majos* (2005); la película local mejor vendida después de 1990, *Garcea și oltenii / Garcea y los olteni* (2001); y la primera película a raíz de una telenovela, *Lacrimi de iubire / Lágrimas de amor* (2006). En 2008, para la mejor gestión del gran volumen de producciones, se crearon dos divisiones especializadas en términos de contenidos para la televisión: *MediaPro Television* (drama, comedia y acción) y *Promance Internacional* (ficciones románticas). *Promance Internacional* está especializada en la producción de programas de televisión, series y películas destinadas al mercado rumano y a los mercados europeos. Aunque su existencia oficial data de 2008, su actividad puede rastrearse bajo la tutela de *MediaPro Pictures* desde 2004, momento desde el que comienza a convertirse en el principal productor de películas y de telenovelas de Europa Central y del Este.

Intact Media Group

El grupo mediático fue fundado por el político y empresario rumano Dan Voiculescu en el año 2009, reemplazando lo que fue hasta esa fecha la empresa *Intact*. Al mismo tiempo, los canales de televisión *Antena 1*, *Antena 2* y *Euforia*, propiedad del citado empresario, se aglutinan en la plataforma *Antena Group*. *Intact Media Group* (“*Intact Media Group*”, s.f.) destaca en su actividad por la producción de programas audiovisuales de entretenimiento, aunque actúe también en varios sectores de televisión y de prensa. La mayoría de las producciones de *Intact Media Group* en materia de telenovelas se hicieron en coproducción con *La Dolce Vita Productions* o con *Tandem Film*. Por el vínculo estrecho que *Intact* tiene con el canal de televisión *Antena 1*, sus producciones son emitidas a través de éste.

Tandem / Family Film

Tandem / Family Film (“Family Film”, s.f.) fue creada como compañía de producción audiovisual en 2001 por el empresario rumano Giuliano Doman. A partir del año 2011, el nombre cambia de *Tandem* a *Family Film*, por el aumento de su número de empleados cohesionados en un equipo que su fundador considera una gran familia (Blaga, 2011). *Tandem Film* produjo telenovelas como *Fetele Marinarului / Las hijas del marinero* (2009), seguida por otros títulos de éxito como *Narcisa Sălbatică / Narcisa Salvaje* (2010-2011) y su *spin-off*, *Narcisa. Iubiri nelegiuite / Narcisa. Amores ilegales* (2011), a las que enmarcamos dentro de la tercera fase de producción de telenovelas locales que se alejan, a través de particularidades que examinaremos más adelante, del modelo original latinoamericano.

La Dolce Vita Productions Group

La Dolce Vita Productions Group (“Dolce Vita Productions”, s.f.) es una compañía que es parte de *Prime Time Communications*, grupo controlado desde su fundación en 1996 y hasta 2009 por el famoso productor de televisión en España, el rumano Valeriu Lazarov. Después de la fecha de su fallecimiento, el 11 de agosto de 2009, las compañías relacionadas con el campo audiovisual implantadas en Rumanía pasaron a ser dirigidas por su esposa, Augusta Lazarov. La sede central de la empresa se encuentra en Barcelona y tiene filiales en Portugal, Paraguay y Argentina. El contacto con profesionales de la televisión de países de América Latina a través del canal privado español *Telecinco*, fundado y dirigido por Lazarov, facilitó una colaboración entre la filial rumana de *Dolce Vita Productions* con un actor argentino, Gabriel Corrado, quien ideó los guiones de las telenovelas creadas por esta productora. En el año 2005 *La Dolce Vita Productions* realizó la telenovela *Secretul Mariei / El secreto de María* y en el año 2006, *Vocea inimii / La voz del corazón*, las dos en colaboración con *Intact Production*.

Mihai Bauman categoriza las telenovelas según las compañías productoras, marcando una diferencia –que surge a raíz del origen rumano y, respectivamente, latinoamericano de la escritura del guión– entre las telenovelas realizadas por *MediaPro Pictures* y emitidas por el canal *Acasa TV*, por un lado y por *La Dolce Vita Productions*, por otra:

Pornind de la modelul latinoamerican de telenovelă, se poate vorbi de două tipologii: cele produse de MediaPro, care au un mai puternic accent local, asta evident pentru că sunt scrise de scenariști români. Cele produse de familia Lazarov¹⁴⁷ au fost scrise de scenariști latinoamericano, după tipicul original, cu aceleași teme și locuri comune ale acțiunii: repetiția, amânarea, quiproquo-ul, misterul, etc.¹⁴⁸ (M. Bauman, comunicación personal, correo-e, Abril, 12, 2011).

Las telenovelas realizadas por *La Dolce Vita Productions*, aunque con guiones escritos por autores argentinos, presentan más similitudes en cuanto a contenido y personajes con el modelo mexicano de telenovela, al estar más orientadas hacia el sentimiento. Según la manera fiel en la que siguen la receta latinoamericana del guión, pero interpretado por actores nacionales, se puede afirmar que este tipo de telenovelas encaja en la primera fase de producción de telenovelas rumanas, donde el vínculo a nivel de producción y de contenidos entre la adaptación y el modelo de base es más estrecho.

5.4 Telenovelas rumanas (2004-2006) inspiradas por el modelo mexicano de telenovela

¹⁴⁷ Realizador y productor televisivo de origen rumano, Valeriu Lazarov fue una de las figuras más respetadas dentro del panorama audiovisual español. Su actividad en el sector del audiovisual destacó mediante sus cargos de director general y consejero delegado de *Telecinco* de 1985 a 1994 y famoso realizador de *Televisión Española (TVE)* en la década de los años 70. Su estilo particular de uso de la cámara mediante movimientos de alejamiento y acercamiento, poco habituales en la televisión de aquellos años le consiguió el apodo de *Mister Zoom*, marcando una época y una forma original de hacer televisión. Después de su fallecimiento en el año 2009, su esposa Augusta vuelve a Rumania donde se convierte en head of entertainment para el canal de televisión *Antena 1* y donde gestiona los negocios implantados en Rumania por Valeriu, entre cuales la compañía productora de programas de entretenimiento, *La Dolce Vita Productions*.

¹⁴⁸ “Partiendo del modelo latinoamericano de telenovela, se puede hablar de dos tipologías: una que sigue MediaPro, que cuenta con especificidades más locales, lo que se debe al hecho de que el guión está escrito por guionistas rumanos. En cambio, las telenovelas producidas por la familia Lazarov fueron escritas por guionistas latinoamericanos según la receta original, contando con los mismos temas y con lugares comunes de la acción: la repetición, la dilación, el quid pro quo, el misterio, etc.” (traducción de la autora).

El modelo mexicano, que identificamos en el segundo capítulo de la presente tesis y cuya esencia es definida por la característica de ser el “modelo esencialmente melodramático, con toda la carga sentimentalista, maniqueísta y moralista que ello implica” (Castro, 1994: 48), se ve reflejado en las telenovelas rumanas cuyas características se detallan a continuación y que consideramos que retoman elementos típicos de las telenovelas mexicanas y los adaptan a nivel nacional.

A partir de la observación de aspectos relacionados con la configuración formal en cuanto a número de capítulos y duración por capítulo, de los horarios de difusión, de presupuestos invertidos, de la elección de los actores, de los modos de producción y de rodaje –basado en la ambientación interior o exterior–, de los contenidos, y de los personajes, se identificarán los elementos típicos mexicanos presentes en las telenovelas rumanas producidas por *MediaPro Pictures* y *La Dolce Vita Productions*, resaltándose, a la vez, aquellos detalles que hacen que estas producciones sean identificables como autóctonas.

5.4.1 *Numai iubirea / Sólo el amor*

Numai iubirea / Sólo el amor (2004-2005) (Ver tráiler 1) es la primera telenovela rumana producida por *MediaPro Pictures* y emitida a través del canal *Acasa TV*. La telenovela tiene una estructura similar a las telenovelas latinoamericanas, con 100 episodios de 45 minutos cada uno.

Sólo el amor cuenta la historia de un joven arquitecto de éxito que se quedó viudo tras un accidente y que pretende rehacer su vida, intentando encontrar una madre para su hija de 7 años, Bianca. A parte de la historia principal, que refleja la lucha entre dos mujeres para conquistar el corazón del arquitecto –una buena, que al final vencerá a la mala–, hay múltiples hilos narrativos que, al igual que la telenovela latinoamericana, se urden alrededor del hilo conductor (Ver anexo 6).

La receta empleada por Ruxandra Ion, directora ejecutiva del canal *Acasa TV* y productora de la telenovela, está basada en un ingrediente principal y universal: el amor trágico. Según sus palabras: “Am ales un subiect universal valabil care să meargă la sufletul românilor, totul pornind de la o tragedie care se poate împlini oricui. În jurul

acestei tragedii se Țes povești de iubire, întreaga morală fiind că numai iubirea e cea care rezolvă problemele”¹⁴⁹ (“Nebunia “Numai iubirea””, 2005).

La telenovela había sido pensada inicialmente para tener una duración de 50-60 capítulos, pero gracias a su gran éxito frente al público nacional, llegó a ser ampliada hasta los 100 capítulos, que fueron emitidos durante 9 meses (Patriche, 2004). La fama de ser la primera telenovela rumana que logró índices de audiencias parecidos a las telenovelas latinoamericanas le ganó el sobrenombre de “telenovela fenómeno”. Su éxito fue remarcable desde el primer capítulo, emitido el sábado, 2 de octubre de 2004 a las 18:00 horas, que aportó al canal *Acasa TV* cuotas de audiencia inesperadas¹⁵⁰. Programada, en un principio, los sábados y los domingos a las 18:00 horas, bajo petición del público, la telenovela se trasladó, a partir del 25 de octubre de 2004, en horario estelar, a las 20:00 horas. (““Numai iubirea”, în prime time!”, s.f.). Como resultado del apego que ha generado en el público, la telenovela consiguió mantener delante de las pantallas a más de un millón de telespectadores del medio urbano para cada capítulo. Más precisamente, sólo los seguidores de la telenovela representaron un cuarto del total del público del canal *Acasa TV* en 24 horas (Andronie, Ciobanu y Iancu, 2005).

Al ser *Sólo el amor* la primera telenovela rumana y por no contar con actores con experiencia previa para este tipo de producción, la decisión de los productores fue seleccionar a buena parte de los actores entre famosos del mundo del espectáculo. Algunos de ellos ya habían estado presentes en emisiones de entretenimiento del canal *Acasa TV*. Por ejemplo, previamente a su papel en la telenovela *Sólo el amor*, Corina Dănilă (que interpretó en la telenovela a la protagonista Ana Dogaru) fue, durante 4 años, presentadora de la emisión *Povești adevărate / Cuentos verdaderos* transmitida a través del canal *Acasa TV* de lunes a sábado –siendo, por tanto, ya muy conocida por el público femenino. Los demás actores fueron elegidos según los mismos criterios que en

¹⁴⁹ “He escogido un tema universal que gustara a los rumanos, todo partiendo de una tragedia que le podría pasar a cualquiera. Alrededor de esta tragedia se urden historias de amor, la moraleja siendo que solo el amor resuelve los problemas” (traducción de la autora).

¹⁵⁰ Conforme a la empresa de medición de audiencias *TNS-AGB International*, el índice de audiencia logrado por el primer capítulo de la telenovela fue de 9,3 puntos por el segmento de público femenino del medio urbano, con edades comprendidas entre 15-49 años y de 7,5 calculado para el público de todas las edades, del medio urbano. El minuto 18:35 fue seguido por 933.000 de personas, cuando dos de los personajes protagonizaron una escena de sexo (Bejan, 2004).

el caso de las telenovelas latinoamericanas, mediante un *casting*, tras el cual fueron seleccionados actores como Adela Popescu¹⁵¹ y Dan Bodeianu, que se enamoraron durante el rodaje de la telenovela y trasladaron su historia de amor en la vida real, como pareja. Su interpretación en esta primera telenovela, que cumplió con las expectativas de los productores rumanos, les aseguró nuevos papeles en telenovelas realizadas posteriormente.

Es relevante destacar la participación de la actriz venezolana, de origen croata, Gabriela Spanic en una secuencia de un capítulo de la telenovela *Sólo el amor*, que era ya conocida por el público rumano por haber actuado en telenovelas de éxito, tales como: *La usurpadora* (1998, *Televisa*, México), *La intrusa* (2001, *Televisa*, México) y *La prisionera* (2004, *RTI Colombia* y *Telemundo*). Previamente al rodaje de las escenas que iba a protagonizar en la telenovela rumana, la actriz fue invitada por el canal *Acasa TV* a participar también en emisiones como *De 3 x femeie / 3 veces mujer* y *Povești adevărate / Cuentos verdaderos*, con el fin de que sus seguidores la conocieran. En la telenovela *Sólo el amor*, la actriz intervino pronunciando una frase en rumano¹⁵², inspirada por la letra de la canción con el título *Predestinați / Predestinados*, interpretada por el cantante Lucian Viziru, al que había conocido durante la emisión *3 veces mujer* y del que se había enamorado a primera vista. Spanic solicitó rodar la escena junto al cantante, al que le hizo una declaración de amor, lo que determinó a los productores modificar el escenario de acuerdo con la solicitud de la actriz.

Con respecto a la producción de la telenovela, el esquema fue similar al de las latinoamericanas: jornadas intensas de rodaje y un presupuesto reducido, incomparable con el dinero invertido en la producción de un capítulo de *soap opera*. La cantidad asignada a cada capítulo fue de unos 20.000 € (Andronie *et al.*, 2005). En el caso de la telenovela *Sólo el amor*, el presupuesto de “unos cuantos miles de dólares” por día de rodaje no permitió varios ensayos y el ritmo del equipo de producción tuvo que ser muy

¹⁵¹ Es interesante el caso de Adela Popescu, que había participado en el *casting* para conseguir en la telenovela el papel de la antagonista, que los productores consideraron que no era adecuado para ella. Siendo convencidos de su talento, se le asignó otro papel especialmente creado para ella – el de hermana de la protagonista (Kozma, 2014).

¹⁵² "Grație ție am cunoscut puterea de a ști cu adevărat ce este dragostea. Privirea ta, iubire, m-a salvat și sărutul acesta pe care ți-l dau este simbolul păcii pentru ca îngerii să poată cânta" [Gracias a ti he conocido el poder de saber de verdad lo que es el amor. Tu mirada, amor, me ha salvado y este beso que te doy es el símbolo de la paz para que los ángeles puedan cantar] (traducción de la autora).

sostenido, de casi 20 horas diarias (“Prima telenovelă românească e gata de start”, 2004). Alexandru Papadopol, uno de los protagonistas que no contaba con previa experiencia en este tipo de producciones, describe el modo de rodaje de una escena de sexo para el primer capítulo, siguiendo al pie de la letra las indicaciones del director:

Nu puteam să repetăm, pentru că scena se trage o dată și gata. Din punct de vedere tehnic, aceasta e poate cea mai grea scenă filmată, așa că nu am avut nici timp, nici dispoziție să facem glume. Am executat întocmai indicațiile regizorului, prin microfon, în momentul filmării, pentru că noi nu știam cum va arăta scena¹⁵³ (Papadopol, citado en Bejan, 2004).

El rodaje se realizó en gran parte en interiores lujosos, tipo chalets, similares a los interiores típicos a la clase media-alta presentes en las telenovelas mexicanas. Las escenas exteriores son pocas en comparación con las de interior, pero bastante más numerosas comparado con las que aparecen en las producciones mexicanas. Ocasionalmente, se rodó también en bares, en lugares públicos o en la periferia de Bucarest. Los coches de lujo también formaron parte del “paisaje”, en el caso de las escenas rodadas en el exterior.

De forma similar a la telenovela mexicana, los personajes de *Sólo el amor* provienen de la clase media-alta, aunque, por lo general, en la telenovela rumana no existe una brecha muy visible entre ricos-pobres, como suele pasar en el caso de la mexicana. La presencia en casa de la criada, inspirada por las producciones latinoamericanas, es la que marca más visiblemente esta diferencia de clase social.

Las tipologías de los personajes, polarizados entre ejemplos buenos y malos es notable en esta telenovela sobre todo a partir de la antítesis entre la protagonista femenina, Ana, la profesora de inglés de la hija del arquitecto, una mujer buena que proviene de un medio social humilde, y la antagonista, Andreea, que interpreta el papel de la aprovechada, que quiere apoderarse del dinero del protagonista, teniendo como objetivo financiar su carrera musical.

¹⁵³ “No podíamos repetir, porque la escena solo se roda una vez. Desde el punto de vista técnico, esta fue probablemente la escena más difícil, así que no tuvimos ni tiempo, ni disposición para estar de bromas. He seguido sin falta las indicaciones del director, a través del micrófono, durante el rodaje, porque nosotros no sabíamos cómo iba a salir la escena” (traducción de la autora).

La religión, otro elemento tan presente en las telenovelas latinoamericanas y prohibido durante décadas en la época comunista, se reproduce en las telenovelas rumanas. En esta telenovela, se les ve a los actores hacer el signo de la cruz antes de empezar a comer, o al padre aconseja a su hija rezar antes de dormir. La presencia de crucifijos en la pared también es signo que indica la religiosidad¹⁵⁴ del pueblo rumano.

También la forma abierta y expansiva de expresar los sentimientos acerca a esta primera telenovela rumana a las telenovelas mexicanas, igual que pasa con las siguientes producidas de esta etapa. Así, tanto las lágrimas como las risas, la pasión, la rabia o los celos se manifiestan de tal manera que revelan reacciones similares a aquellas que se ven en las telenovelas latinoamericanas. Esta expresión desinhibida de los sentimientos muestra a la telenovela rumana como distinta frente a las demás telenovelas producidas en Europa Central y del Este, donde los sentimientos son más bien sugeridos que directamente manifestados, tal y como se ha visto en el capítulo anterior.

Sin embargo, el realismo y la dureza de algunas escenas alejan a esta telenovela de su modelo latinoamericano, acercándola al mismo tiempo a la realidad de una forma casi agresiva para la mirada del espectador. Así sucedió en el caso de la escena de violación de la hermana de la antagonista de la telenovela, que fue considerada una de las más violentas rodadas en una telenovela rumana¹⁵⁵.

La lucha a toda costa para conseguir ganancias, la actividad de los clanes mafiosos o la corrupción son presentados desde una perspectiva local, que resalta la existencia de unos problemas a nivel de una sociedad en transición. El conflicto entre las autoridades policiales y un clan mafioso dedicado al tráfico de niños queda ilustrado a través del peligro que corren la hija del protagonista y un amigo suyo de caer en sus manos. La compenetración de situaciones inspiradas de la realidad mezcladas con situaciones de ficción que construyen la trama compone el tejido narrativo de la telenovela.

¹⁵⁴ Conforme al último censo de población realizado a finales del año 2011, un 86,5% de la población rumana se ha declarado ser ortodoxa, un 4,6% - romano católica, 0,8% - greco católica, 5,1% - protestantes, y un 0,2% - ateos (Institutul Național de Statistică, 2011: 6).

¹⁵⁵ Video disponible en el siguiente enlace: “Vezi integral una dintre cele mai violente scene din telenovelele românești”, <http://www.acasatv.ro/telenovele-romanesti/vezi-integral-una-dintre-cele-mai-violente-scene-din-telenovelele-romanesti-video.html>.

Elementos con connotación erótica explícita, atípicos para la mayoría de las telenovelas latinoamericanas y particularmente para las telenovelas mexicanas, están presentes desde el primer capítulo de la telenovela, con el objetivo de incrementar el índice de audiencia. Cabe precisar que la componente erótica, condenada y censurada durante el régimen comunista en las películas y en general en los programas televisivos que llegaban del extranjero, afloró ampliamente junto con la “libertad” después de 1989, siendo un ingrediente que aseguraba el éxito de los programas que lo contenía. Por lo tanto, consideramos que esta tendencia ha contribuido en la inserción de tales escenas también en las producciones autóctonas.

Por lo tanto, la telenovela *Sólo el amor* ilustra múltiples aspectos impactantes de la realidad rumana contemporánea, que constituyen elementos propios, que *glocalizan* el modelo de la telenovela latinoamericana, asentándolo en Rumania.

La canción de los créditos, *Numai iubirea / Sólo el amor*, homónima al título de la telenovela, es interpretada por el cantante rumano de música latina, apodado Pepe, cuyo nombre verdadero es Ionuț Pascu. Fue miembro del grupo musical *Latin Expres*, cuya fama a nivel nacional ha crecido posteriormente.

Los efectos de las altas audiencias que logró la telenovela no tardaron en aparecer, generándose alrededor de la producción una verdadera estrategia de marketing. *Sólo de amor* inaugura la estrategia de *MediaPro Pictures*, que hace que cada telenovela producida tenga una página propia en página principal de la web de *Acasa TV*. Desde hace más de 10 años, *Sólo de amor* ofrece en su página web que es activa incluso hoy en día: <http://numaiiubirea.acasatv.ro>, información relativa a la sinopsis, fotos descargables de los actores y los videos de los 100 capítulos, disponibles para su visualización en línea.

Además, para facilitar la interacción con el público y conseguir su *feedback*, se habilitó un foro específico para la telenovela al que accedieron diariamente miles de seguidores, a lo largo del periodo de emisión de la telenovela. Hasta una marca de margarina autóctona, *Delma*, ha tomado “prestadas” las figuras de los actores para su publicidad. Lo más destacado de la estrategia de marketing fue, sin embargo, la caravana itinerante *Sólo el amor*, organizada para que los actores se encontraran personalmente con el público y que ha pasado por las ciudades más importantes de Rumania como Iași, Brașov, Oradea o Râmnicu-Vâlcea. En Iași, la caravana consiguió reunir 55.000 personas en el centro comercial *Iulius Mall*, lo que sería un público difícil de conseguir para otros eventos de índole político, o incluso relacionados con la

industria musical (Andronie *et al.* 2005). También la catidad de público presente en el centro comercial *Plaza Romania* de Bucarest para el encuentro con los actores de la telenovela dejó sorprendida a la propia productora: mientras que se esperaban unas 1.000 personas, llegaron 60.000 (“Nebunia “Numai iubirea””, 2005).

Después del último capítulo de la telenovela, la revista *TV Mania* escribía:

Prima telenovelă românească își ia adio de la telespectatori, după ce s-a bucurat de o popularitate care a întrecut orice așteptări, a născut o iubire adevărată în platou (Dan Bordeianu - Adela Popescu) și, poate cel mai important, a făcut să se vorbească românește la TV în serile de weekend. Pentru cei care au urmărit, pe parcursul a nouă luni, desfășurarea telenovelei “Numai iubirea”, ultimul episod al acestei serii de incredibil succes e echivalentul unei finale de Campionat Mondial pentru un microbist. Actul final e așteptat cu sufletul la gură, deși publicul știe că, deși “Numai iubirea” moare după nouă luni, telenovela naște o alta, “Lacrimi de iubire”, ce va fi difuzată din sezonul următor¹⁵⁶ (“Pa și pusi “Numai iubirea””, 2005).

Tras una recepción inesperada en términos de audiencia, al lograr un índice de audiencia de 7,4% a nivel nacional (Ver Anexo 5), la fórmula del éxito de la primera telenovela rumana, que resultaba del proceso de hibridación con el modelo mexicano, encontró su continuación en una segunda producción: *Lacrimi de iubire / Lágrimas de amor*.

5.4.2 *Lacrimi de iubire / Lágrimas de amor*

Lacrimi de iubire / Lágrimas de amor (2005-2006) (Ver anexo 7) (Ver tráiler 2) es una producción de mayor extensión, que indaga en la temática relativa a los secretos

¹⁵⁶La primera telenovela rumana se despidió de los telespectadores, después de haber alcanzado una popularidad que ha superado las más altas expectativas, dando lugar en la vida real a una relación amorosa en el plató de rodaje (Dan Bordeianu - Adela Popescu). Pero, quizás, lo que es más importante aún, es que esta telenovela ha hecho hablar rumano en la tele durante las noches de fin de semana. Para los que siguieron durante nueve meses la telenovela “Sólo el amor”, el último episodio de esta serie de increíble éxito puede equivaler en términos de audiencia con una final de Campeonato Mundial para un amante del fútbol. El público está impaciente por ver su final, sabiendo que esto significa otra telenovela por nacer, “Lágrimas de amor”, que se emitirá durante la siguiente temporada (traducción de la autora).

escondidos detrás del poder y de las apariencias. Tiene intrigas aún más elaboradas y personajes más numerosos que la primera telenovela rumana.

Sus 200 capítulos fueron emitidos durante ocho meses, del 19 de septiembre de 2005 hasta el 23 de junio de 2006, diariamente, en horario estelar de 20:30 a las 21:30. Los ensayos comenzaron el día 23 de junio de 2005 (justo un año antes de la finalización de la telenovela) y el rodaje empezó el 4 de julio (Erimia, 2005), aproximadamente 2 meses antes del inicio de las emisiones. Observamos, en este sentido, que los tiempos y el ritmo de rodaje y de emisión coinciden con el esquema de las telenovelas latinoamericanas.

La telenovela se inspira en la realidad de una época convulsa, en la que los casos de corrupción asociados a las inversiones en terrenos y bienes inmobiliarios eran habituales, provocando escándalos judiciales a nivel nacional. La serie cuenta la historia de ficción de la familia Varlam, una de las más ricas familias en Rumania, que había logrado crear un verdadero imperio a través de las redes de poder que manejaba. La riqueza se vuelve visible, igual que en *Sólo el amor* y como en el caso de las telenovelas mexicanas, a través de la presencia de coches de lujo y chalets, donde la imagen de la criada, que habla con un fuerte acento moldavo¹⁵⁷, marca la diferencia entre las clases sociales.

La trama principal se articula alrededor de la vida del protagonista, Grigore Varlam (Constantin Cotimanis) y se centra en la trayectoria de dos parejas jóvenes: Alexandra (Adela Popescu) y Andrei (Dan Bordeianu) por un lado y Mihai (Lucian Viziru) y Maia (Nicole Gheorghiu) por otro lado. Los enredos basados en el amor que une a estas parejas y las diferencias de condición social que les separan son dignos de tramas de telenovelas latinoamericanas, bebiendo del modelo de estas últimas. El mundo de la opulencia está enfrentado al mundo de la pobreza: Mihai es el hijastro de Varlam y Maia, la hija de la cocinera que llega a trabajar en la casa de Varlam después de que el edificio donde vivían había sido desalojado, debido a una orden del mismo Varlam. Es interesante resaltar la evolución de Mihai, que había estudiado un máster en el extranjero y que vuelve a Rumania con la convicción de que solo a través del trabajo asiduo se puede conseguir el éxito. La experiencia de haber vivido en el extranjero y su carácter basado en valores totalmente opuestos a los de su padrastro le hacen

¹⁵⁷ La zona Este de Rumania, cerca de Moldavia, es conocida como una más pobre dentro del país y es, muy probablemente, la razón por la que la actriz imita el acento de aquellos lares.

comprender la situación de Maia y luchar por su amor. Juntos enfrentan todas las dificultades surgidas a raíz de las diferencias que les separaban y la voluntad de Varlam de casar a su hijo, por intereses financieros, con la hija de otro hombre adinerado, lo que hace que el capítulo final de la telenovela concluya con la escena de su matrimonio, oficiada en el medio de la naturaleza, según el rito ortodoxo.

En cuanto a la otra pareja, Alexandra, la hija de Mateescu, que es un terrateniente al que Varlam intenta engañar para conseguir que venda sus tierras, se enamora de Andrei, estudiante de teatro e hijo de una mujer pobre, a la que la había abandonado su marido. La historia de esta pareja queda abierta, por una razón sobre la cual volveremos más adelante.

Nombres de actores ya conocidos, cuya interpretación fue apreciada por el público en *Sólo el amor*, vuelven a ser parte también del reparto de la segunda telenovela. Es el caso de la pareja Adela Popescu – Dan Bordeianu, que pasan de roles secundarios en su primera telenovela a actuar como protagonistas en *Lágrimas de amor*. El papel de Octav Mateescu, interpretado por Florin Piersic, actor ya consagrado¹⁵⁸ en la filmografía rumana, aportó valor añadido a esta producción.

Igual que en el caso de *Sólo el amor*, en esta telenovela el rodaje sigue haciéndose mayoritariamente en interiores, pero las escenas de exteriores se multiplican respecto a la telenovela anterior. La mayoría de ellas se rodaron durante el verano, aprovechando el buen tiempo. Si un capítulo está compuesto de aproximadamente 32 secuencias, en los meses de verano se rodaron aproximadamente 800 escenas de exterior (incluyendo aquellas grabadas en los espacios al aire libre de las propiedades *MediaPro*), que iban a ser distribuidas en distintos capítulos de la telenovela. Una de las locaciones especiales escogidas fue el delta del Danubio, donde los rodajes duraron aproximadamente dos semanas (Eremia, 2005). Además de Bucarest, las escenas de exteriores se rodan también en Cluj, donde estudia Alexandra, la hija de Octav Mateescu.

Los conflictos de poder entre clanes que dan lugar a encuentros armados se trasladan también al exterior, presentando similitudes con escenas dignas de películas policíacas. Tanto en *Lágrimas de amor* como en *Sólo el amor* las escenas violentas son

¹⁵⁸ La carrera de Piersic se construye como actor de cine y de teatro, teniendo una trayectoria de casi 50 años en el momento del rodaje de *Lágrimas de amor*. Se hizo remarcar a lo largo de su actividad sobre el escenario a través de papeles interpretados en casi 60 películas. Su primera intervención relevante en el cine fue en la película *Ciulinii Bărăganului / Los cardos de Bărăgan* (1957).

habituales, culminando con fuertes peleas y con disparos, lo que es menos común en las telenovelas latinoamericanas, donde la violencia es menos explícita.

Es interesante remarcar se aborda por primera vez en una producción rumana seriada el oscuro mundo de las drogas y de su consumo, a través del personaje de Nicole (interpretada por la actriz Nicoleta Bărluțiu), la hija del magnate rumano Varlam que se enamora de un traficante de droga que terminará en prisión, y de quién se queda embarazada.

Varlam juega el papel antagonista del empresario deshumanizado, sin escrúpulos, que se presta a cualquier cosa para lograr sus objetivos de conseguir cada vez más ganancias. Está rodeado de personas a las que utiliza como instrumentos para estos fines, pero que, a su vez, intentan aprovecharse de sus riquezas. Su segunda mujer, Simona (Carmen Tănase), cumplió junto a él su sueño de vivir en un chalet de lujo, hasta que Amalia (Elvira Deatcu), la mujer de Mateescu se alía con Varlam para ayudarle a obtener las tierras que quería, a cambio de conseguir una parte del dinero resultado de la venta de las propiedades. Después de la muerte de Mateescu, provocada por un infarto al descubrir el engaño de su mujer, Amalia aleja a Simona y se queda con Varlam. Todos estos personajes acabarán castigados en un final, de forma más o menos dura, según sus actos. La resolución radical del destino es la muerte –que ulteriormente resultará ser una farsa– de los antagonistas Varlam y Amalia en un accidente de helicóptero, al intentar huir.

Remarcamos detalles religiosos que están presentes también en esta telenovela. El símbolo más destacado es la cruz que lleva Andrei, que le había sido regalada por su padre, le salva de la muerte cuando Varlam le dispara, en el último capítulo.

Así, el final feliz de la boda de Mihai con Maia y el castigo de los personajes negativos es muy similar al desenlace de las telenovelas latinoamericanas, exceptuando el detalle del final abierto de la relación entre Alexandra y Andrei.

Este atípico final abierto tiene una explicación. La productora de la telenovela, Ruxandra Ion propuso, a raíz del éxito de la telenovela, que se produjera un largo metraje y se escribiera una novela. Mientras que, por lo general, una telenovela mexicana suele concluirse con un final feliz para los protagonistas, el desenlace de esta telenovela rumana quedó abierto, para su seguimiento a través de la película. Apoyamos la afirmación de esta atipicidad con las palabras del guionista, Eugen Patriche, que personalmente se declara disconforme con la falsedad de los desenlaces que culminan mediante las bodas: “Cine se multumește cu un final în care eroii și-au găsit fericirea

într-un sărut sau o nuntă ar fi bine să afle că au de-a face nu cu un sfârșit ci cu un nou început”¹⁵⁹ (Patriche, 2012). Esta frase se encuentra en el prólogo del libro que toma el nombre de la telenovela. Se trata de una novela que desarrolla, en sus 270 páginas, la historia de amor entre Alexandra y Andrei, esta vez desvelando el final que los seguidores no pudieron ver en las pantallas, por escrito. Esta primera novela del guionista de *Lágrimas de amor* estuvo disponible en las librerías rumanas a partir del 25 de septiembre de 2006, un año después de la transmisión del primer capítulo de la telenovela, el 19 de septiembre de 2005 (“Lacrimi de iubire, în varianta roman”, 2006). Además de ofrecer un final al relato de la telenovela, el libro incluye una sección con declaraciones de los actores en relación a sus personajes y fotos inéditas tomadas durante el rodaje.

Intrigado por la ausencia del desenlace de la telenovela, el público, que había generado una cuota de audiencia de 7,2% (Ver anexo 5) a lo largo de los 200 capítulos, encontró la motivación para ir a ver la película con el mismo título en los cines. Estrenado el 20 de octubre de 2006, aproximadamente un mes después de la aparición del libro y a los dos meses después de la emisión del último capítulo de la telenovela, el largo metraje retomó la historia, para ofrecerle el desenlace tan esperado por sus seguidores en las grandes pantallas y, ulteriormente, en soporte DVD. Consideramos que esta transmedialidad ligada a *Lágrimas de amor* es signo del nivel de modernización alcanzado por la producción audiovisual en Rumania.

El largometraje es entonces el que resuelve, también en imágenes, si el libro lo había presentado como literatura, el desenlace abierto de la telenovela. Imaginada casi un año después del último capítulo de la telenovela, la acción explica los hechos transcurridos durante ese tiempo. Alexandra se convierte en mujer de negocios, administrando el imperio de Varlam; y Andrei, al finalizar sus estudios, llega a ser un actor conocido. Mihai y Maia terminan felizmente casados y tienen un hijo. Varlam y Amalia, quienes habían fingido el accidente de avión son esta vez debidamente castigados: Varlam muere por un disparo y Amalia entra en prisión. Andrei y Alexandra, quienes en el último capítulo de la telenovela se habían separado en la playa

¹⁵⁹ “Quienes se contentan con un desenlace en el que los héroes encuentran su felicidad en un beso o en una boda, deberían de saber que no se trata de un final, sino que de un nuevo inicio” (traducción de la autora).

caminando en direcciones opuestas, se reencuentran y, tras varias vicisitudes, terminan juntos, ofreciendo a los espectadores el final feliz que estaban esperando.

Amandine Cassi, Gerente de Investigaciones de *Mediametrie / Eurodata TV Worldwide* de Francia, en una entrevista para la revista *TVMAS Magazine*, realizó las siguientes declaraciones sobre el éxito de la telenovela:

Fue tan aclamada por la crítica, que en octubre pasado la continuación de la telenovela se estrenó en todos los cines de Rumania. Fue la primera vez que en Europa una telenovela se convirtió en película. En televisión, *Tears of Love* alcanzó consistentemente y con regularidad más de 10.000 espectadores, llegando a picos de 12,6 millones de televidentes mujeres en marzo de 2006 (“De este a oeste”, 2007).

La producción de largometrajes a raíz de telenovelas que gozan de cuotas altas de audiencia es una práctica prestada de América Latina. En este sentido, la telenovela rumana da lugar a otro producto audiovisual, de extensiones más amplias, que ofrece al público un seguimiento de la situación de los personajes, después de la finalización de la serie. Son ilustrativos entre las telenovelas latinoamericanas los largometrajes producidos a raíz de *La madrastra* (2005, *Televisa*, México), que retoma la historia de la telenovela y la concluye mediante 2 capítulos largos, conocidos bajo el título *La madrastra... años después* (2005, *Univisión*, Estados Unidos). Asimismo, la telenovela cuyo formato fue el más adaptado en Europa Central y del Este, *Yo soy Betty, la fea* (2000, *RCN Colombia*, Colombia), también generó, a distancia de un año, una producción *spin-off*, de un capítulo: *Ecomoda* (2001, *RCN Colombia*, Colombia).

El tema musical *Lacrimi de iubire / Lágrimas de amor* es una canción que lleva el mismo título que la telenovela, siendo interpretada por Adela Popescu. Al final de cada capítulo suena otra canción de la misma cantante, *Doar tu / Sólo tu*. Popescu llegó a ser conocida por el público como protagonista de la primera telenovela rumana *Sólo el amor*, donde interpretó el papel del personaje Alexandra Mateescu. La actriz se estrenó también, a los 19 años, en el mercado musical rumano con un disco, *Lacrimi de iubire / Lágrimas de amor*, producido por *Acasa Music / Media Pro Music*, adoptando un estilo musical pop slow con influencias dance y latino. Así, igual que en el caso de otros

protagonistas de telenovelas latinoamericanas¹⁶⁰ (“RBD, un nou concert”, 2008), la telenovela ha representado un trampolín para el desarrollo de su carrera musical.

La telenovela *Lágrimas de amor* se construye como un producto híbrido, que reúne en un producto local elementos latinoamericanos que entran en la composición de los modelos mexicanos de *Televisa* y de *Azteca TV* y particularidades de producción rumanas, reveladas mediante los personajes y las situaciones presentadas. Consideramos, a partir de los elementos de producción descritos más arriba, que esta telenovela se inscribe dentro de la primera fase de producción de telenovelas rumanas.

5.4.3 *Secretul Mariei / El secreto de María*

Si Ruxandra Ion fue apodada “madre de las telenovelas rumanas”, a Valerio Lazarov, se le designa como “el padre”. Previamente al abordaje de este género, sus productoras *Prime Time World*, *Sagitarius* y *La Dolce Vita* había creado programas televisivos para el público rumano como *Surprize, surprize / Sorpresas, sorpresas*¹⁶¹, *Din dragoste / Por amor*, *Genialii / Los geniales* o *Iartă-mă / Perdóname*, cuyo ingrediente principal eran las emociones. Tras un atento estudio del mercado nacional y la observación de una tendencia de acercamiento del público europeo y rumano al género de la ficción

¹⁶⁰ Casos similares de protagonismo musical a partir de actuaciones en telenovelas son los de los actores de la telenovela *Rebelde* que han formado el grupo *RBD* que ha llegado a ser muy famoso, incluso en Rumania, donde dieron dos conciertos en los años 2007 y 2008, con más de 60.000 admiradores presentes. Fueron también invitados en emisiones organizadas por el canal *Acasa TV* con la ocasión de su visita y rodaron un video en el legendario Castillo Bran de Transilvania; Natalia Oreiro, actriz de origen uruguayo y protagonista de telenovelas argentinas como *Muñeca Brava* (1998-1999), *Kachorra* (2002) o *Patito feo* (2007) ha desarrollado de forma paralela una carrera musical. Aprovechando la fascinación que ejerció en Rumania a través de su interpretación como actriz y su actuación en varios conciertos en este país en el año 2001 dentro de su gira *Tu Veneno Tour* pensada para popularizar su álbum *Tu veneno* en los países de Europa Central y del Este, Oreiro decidió rodar el video de canción *Cómo te olvido* en Rumania, en el *Castillo Bran* de Transilvania.

¹⁶¹ *Sorpresas, sorpresas* es una emisión de entretenimiento transmitida por el canal nacional público *TVR1* a partir del año 1999, en cada sábado, en horario estelar. La versión rumana, presente en las pequeñas pantallas durante 9 años y 18 temporadas, es una adaptación del formato británico *Surprise, surprise* emitida en el Reino Unido desde el año 1984. En otros países europeos, su adaptación se conoce bajo el nombre *Carràmba! Che sorpresa* (1995-1998, 2002) en Italia y *Sorpresa ¡Sorpresa!* (1996-1999), emitida en España por la cadena *Antena 3*.

televisiva, la empresa de Lazarov decidió invertir en un proyecto de ficción televisiva, en partenariat con *Intact Production* (Eduard y Mihalcea, 2005).

Así surge *Secretul Mariei / El secreto de María* (2005-2006) (Ver anexo 8), que es la primera telenovela realizada como coproducción de *La Dolce Vita Productions* e *Intact Production*, contando con un presupuesto invertido de 1.600.000 € (“Bani din lacrimi și iubire”, 2008). Fue transmitida durante 8 meses, entre el 27 de septiembre de 2005 y el 1 de junio de 2006, de lunes a jueves, entre las horas 22:00 y 23:00, a través del canal *Antena 1*. Al coincidir en términos de horarios con *Lágrimas de amor*, emitida por el canal *Acasa TV*, el horario de esta telenovela se estableció media hora después.

En cuanto a las particularidades de las telenovelas producidas por *MediaPro Pictures*, las palabras de Lazarov apuntan a las diferencias “de concepto”, ligadas a la complejidad de los personajes, a su devenir a lo largo de la trama y a los momentos de suspense policiaco que confieren un valor añadido a esta telenovela en particular:

Probabil diferențe de concept. La concurență, drumurile iubirii sunt parcurse de toate personajele. La “Secretul Mariei”, personajele sunt mai complexe, contradicțiile lor n-au doar o singură finalitate: fericirea personală. Elemente de intrigă politistă adaugă interesante momente de suspans la “Secretul Mariei”¹⁶² (Lazarov, citado en Eduard y Mihalcea, 2005).

Igual que en el caso de la primera telenovela producida por *MediaPro Pictures*, Lazarov inicia el proyecto de la telenovela con un guión escrito inicialmente para 40 capítulos, dependiendo de la reacción del público la decisión de si dicho proyecto seguía adelante (Eduard y Mihalcea, 2005). Así, a la primera temporada exitosa conformada por 41 capítulos, emitidos entre el 27 de septiembre y el 29 de diciembre de 2005, le siguió la segunda, sumando otros 74, transmitida desde el 10 de enero hasta el 1 de junio de 2006. Entre las dos temporadas, se llegó a una totalidad de 115 capítulos de 45 minutos de duración.

Para garantizar el éxito de su producción, Lazarov recurre a la experiencia de un equipo latinoamericano, bajo la coordinación del actor y empresario Gabriel Corrado, al

¹⁶² “Probablemente diferencias de concepto. Desde la competencia, los caminos del amor son recorridos por todos los personajes. En “El secreto de María” los personajes son más complejos y sus contradicciones no tienen solo una finalidad: la felicidad personal. Elementos de intriga policiaca añaden interesantes momentos de suspense para “El secreto de María”” (traducción de la autora).

que había conocido en España durante el rodaje de la teleserie *Mediterraneo* en 2000, emitida por el canal *Telecinco*. Alentado por los bajos costes de producción en Rumania y por los beneficios que aportaría el éxito de la telenovela, Corrado –conocido ya en este país por haber actuado en la telenovela argentina *Perla Negra* (1994-1995, *Telefe*, Argentina)– participa con su empresa *CTV Contenidos* en la producción de *El secreto de María* (“Los negocios de Corrado”, 2006). La implicación de los profesionales argentinos va desde la escritura del guión, hasta la coordinación de los miembros del equipo de rodaje en el plató, enseñando al equipo rumano la receta del éxito:

Corrado llamó así a varios argentinos de mucha experiencia en telenovelas como la productora ejecutiva Patricia Veber y el autor Claudio Lacelli. También convocó a un iluminador, un sonidista y un director de actores. Con este equipo, que viajó a Rumania, entrenaron a los productores y técnicos de la televisión rumana, y pusieron en marcha el producto (“Los negocios de Corrado”, 2006).

El guión fue especialmente concebido para esta telenovela por el guionista y actor de telenovelas argentino Claudio Lacelli, según una idea del mismo Corrado. Sin embargo, la presencia autóctona entre los miembros del equipo argentino se hace sentir a través de Simona Macovei¹⁶³ como supervisora artística, que participó en los castings, en los rodajes y en el montaje de la telenovela.

En cuanto a la temática de la telenovela, ya muy explotada en América Latina, que trata sobre hermanas gemelas de caracteres distintos y con estilos de vida diversos, cabe mencionar que en Rumania existía una tradición de difusión de telenovelas similares, lo que garantizaba, de alguna forma, una buena recepción por parte del público de otra parecida.

Dos títulos exitosos en Rumanía, producidos por *Televisa* y cuyo hilo conductor es muy similar al del guión argentino de *El secreto de María*, son: *La usurpadora* (1998, *Televisa*) y *La intrusa* (2001, *Televisa*). La emisión de *La usurpadora* por la

¹⁶³ La experiencia de Macovei en el sector del entretenimiento suma varios años. Empezó a trabajar en televisión a finales de los años 90, como redactora y después como guionista de la emisión de entretenimiento producida por Lazarov, *Sorpresas, sorpresas*. También ha escrito guiones para las emisiones *Ploaia de stele/ Lluvia de estrellas* y *Bine ai venit la nunta ta/ Bienvenido a tu boda* y para programas de Nochevieja de *Antena 1* y de *TVR*. Durante casi 5 años fue directora de producción de *Din dragoste/ Por amor* también emitido por *Antena 1* (Petru, et al., 2005).

cadena *Acasa TV* coincidió con la difusión de la telenovela de Lazarov, entre los años 2005-2006. Fue transmitida los sábados y los domingos, en horario matutino, de 9:42 a 10:35, obteniendo 1,4 puntos de audiencia (Ver anexo 2). *La intrusa*, que pudo ser visionada en el mismo canal televisivo entre los años 2001-2002, los sábados y los domingos, en horario estelar, de 20:15-21:04, obtuvo 4,1 puntos de audiencia (Ver anexo 2). Las dos fueron protagonizadas por Gabriela Spanic, la actriz mexicana que recordamos que actuó también en algunas secuencias de un capítulo de la primera telenovela producida por *MediaPro Pictures*, *Sólo el amor*.

Los actores de la telenovela fueron elegidos mediante un casting, esta vez sin contar con grandes nombres del cine y del teatro rumanos. Sin embargo, Mircea Radu, el presentador de la emisión *Din dragoste / Por amor*¹⁶⁴, fue elegido para interpretar el papel antagónico de Tudor, el marido de Ruxandra (interpretada por la actriz Dana Măgdici). Tudor es un hombre sin trabajo, al que mantiene su mujer, a quien engañaba siempre que se le daba la ocasión. Oana Sârbu, una conocida cantante rumana de música pop¹⁶⁵, interpreta un papel especialmente creado para ella, de una productora de una discográfica, Cristina, quién se propone a lanzar como cantante en el mercado musical local a Olivier, interpretado por Liviu Vârciu, ex miembro del grupo musical rumano *L.A.*. Simona Macovei, presente en el proceso de selección de los actores, describe el talento innato de dos de los actores que obtuvieron papeles en esta telenovela: el protagonista principal, Ioan Isaiu (interpretando el papel de Octavian Bărbulescu) y Liviu Vârciu, anteriormente mencionado. Según sus palabras:

Ioan Isaiu a venit ultimul la casting. Mergea la mare, nu văzuse textul. L-a învățat, a dat proba și rolul a fost al lui. Liviu Vârciu, (Liviu de la LA), când a venit la casting pentru rolul lui Oliver și a văzut câți actori sunt a vrut să plece. A rămas și

¹⁶⁴ El programa fue emitido por el canal *Antena 1* los sábados, en horario estelar, a lo largo de 9 años, de 2000 a 2009, llegando a sumar 308 emisiones.

¹⁶⁵ El caso de la cantante Oana Sârbu es similar al de la artista mexicana *Thalía*, por su nombre completo Ariadna Thalía Sodi Miranda, que se ha lanzado en la música, empezando su carrera profesional como cantante. A partir de su fama, llegó a ser también actriz de telenovelas y llegó a tener mucho éxito en todo el mundo, como protagonista de telenovelas como *Quinceañera* (1987-1988), *María Mercedes* (1992), *Marimar* (1994) o *María la del Barrio* (1995-1996), que llegaron hasta las pantallas rumanas (Ver anexo 2).

atunci când a dat el probe toată lumea a tăcut. Era foarte bun¹⁶⁶ (Macovei, citada en Petru, *et al.*, 2005).

Aunque los protagonistas fueran rumanos y que en el escenario se hablara en rumano, dadas las circunstancias de realización de esta producción, la historia mantiene una auténtica esencia latinoamericana. El toque latinoamericano, muy similar al de las dos telenovelas previas realizadas por *MediaPro Pictures*, queda ilustrado en *El secreto de María* particularmente a través de la diferencia entre las clases sociales y desde el enfoque que recae sobre la vida de la clase rica rumana. La presencia de la criada, común en las telenovelas latinoamericanas y típica para las telenovelas mexicanas, se remarca en esta producción ideada por el guionista argentino.

Es relevante destacar en esta telenovela el papel de Remus (Toma Dănilă), el amigo de María, que descubre sus tendencias homosexuales desde su adolescencia pero que las esconde, debido a la mentalidad cerrada de su familia. Huye de su casa y encuentra trabajo en el cabaret de Alecu, donde trabaja María, como travesti¹⁶⁷. En una sociedad post-comunista como la rumana, en el año 2006 existían reticencias en cuanto a la aceptación de las personas homosexuales, que todavía se hacen sentir hoy en día. Lo demuestra el suceso del 5 de junio de 2006, a los pocos días después de la finalización de la telenovela, cuando se organizó una marcha de los homosexuales en el centro de Bucarest, pidiendo tolerancia, la legalización del matrimonio entre personas del mismo sexo y el derecho de adoptar hijos. Dicha parada *Gayfest*, que se había celebrado por primera vez en el año 2005, se desarrolló, igual que en aquella primera ocasión, en un ambiente muy tenso, en el que la policía defendió a los aproximadamente 500 manifestantes de los ataques de grupos de civiles hostiles. (Crivăţ, 2006). Tomando en cuenta estos eventos del 2005 y el 2006, el abordaje en la telenovela del tema de la homosexualidad genera y facilita el acercamiento de la población a una cuestión social de mayor importancia para la sociedad rumana post-comunista. A través de un personaje con un comportamiento ejemplar como amigo de mucha confianza de la

¹⁶⁶ “Ioan Isaiu llegó el último para el casting. Se iba al mar, no había visto el texto. Lo aprendió, pasó la prueba y el papel fue suyo. Liviu Vârciu, (Liviu de la LA), cuando llegó al casting para el papel de Olivier y vio la cantidad de actores que había, se quiso ir. Al final se quedó y cuando pasó la prueba, todo el mundo se cayó. Era muy bueno” (traducción de la autora).

¹⁶⁷ El motivo del travestismo aparece también en una *sitcom* rumana, *Nimeni un-i perfect/ Nadie es perfecto* (2008).

protagonista, se fomenta, al mismo tiempo, la comprensión y la tolerancia frente a la diversidad. A su vez, las afirmaciones depreciativas de los personajes de la telenovela con respecto al trabajo de María en un cabaret, ganándose la vida enseñando su cuerpo, son apaciguadas por el buen carácter de la protagonista.

El rodaje de *El secreto de María* se realizó conforme al esquema de la mayoría de las telenovelas rumanas y latinoamericanas: se inició dos meses antes de su emisión. El horario de trabajo fue intenso, entre 14 y 16 horas al día, de lunes a sábado y, a veces, también en horario nocturno (Simona Macovei, citada en Petru, Eduard y Mihalcea, 2005). Además de los estudios de *La Dolce Vita Productions* en Bucarest y de los estudios de *Castel Film*¹⁶⁸, el rodaje de escenas exteriores y de algunas escenas interiores se llevó a cabo en un chalet en Sinaia, ciudad de montaña situada en los Cárpatos a 125 kilómetros de Bucarest y conocida por sus panorámicas. Se rodaron en este espacio particularmente las escenas de los capítulos 15 y 16, en las que la pareja formada por Octavian y Lorena viajaron lejos del tumulto de Bucarest.

La canción de la telenovela, titulada “María”, con ritmos *dance* y pop, es firmada por un resonante nombre en la industria musical rumana, Marius Moga¹⁶⁹ y está interpretada por los cantantes Smiley, miembro del grupo musical *Simplu* y Delia, artista que se dio a conocer a través de su participación en la competición musical internacional de origen británico, *The X Factor*, Rumania. La canción *María* contribuye, a través de los nombres que la crean, a garantizar la calidad de la producción de la telenovela frente al público.

El diario digital argentino de actualidad y economía *Infobae.com* estima que las retribuciones de Corrado tras la producción alcanzaron “decenas de miles de dólares mensuales” (“Los negocios de Corrado en Rumania, 2006). Fuentes rumanas confirman las afirmaciones de las argentinas. El vicepresidente del canal *Antena 1*, Laurențiu

¹⁶⁸ Situado en Snagov, a menos de 40 kilómetros de Bucarest, *Castel Film* es una de las compañías privadas de estudios de producción cinematográfica más grandes de Rumania y uno de los más importantes en Europa Central y del Este.

¹⁶⁹ Marius Moga empieza su carrera musical a una edad temprana, a través de colaboraciones como compositor de canciones para artistas rumanos, pero llega a ser conocido a nivel nacional e internacional en el año 2004, cuando, con la ocasión del rodaje de escenas de la película estadounidense *7 seconds* (2006) en Rumania, graba el tema musical de la película en inglés, junto al grupo rumano *Simplu* y a Wesley Snipes, uno de los protagonistas de la película. En el año 2005 llega a ser conocido en Europa a través del grupo *Morandi*.

Ionete, estima que la inversión en la producción fue de aproximadamente 1,5 millones de euros, mientras que los beneficios financieros aportados por la publicidad¹⁷⁰ fueron de 3,2 millones de euros, lo que hizo que la telenovela fuera considerada como un “negocio” (“Afacerea “Secretul Mariei””, 2006).

El entusiasmo del público por la nueva telenovela marca *La Dolce Vita Productions* e *Intact Productions* no tardó en mostrarse en términos de audiencia (Ver anexo 5), aunque la historia haya sido ideada en la lejana Argentina y trasladada en imágenes en Rumania. La escasa referencia a la realidad rumana no constituyó escollo, por la costumbre de más de 20 años de visionar telenovelas importadas de América Latina, con situaciones personajes y latinoamericanos. Sin embargo, el vínculo de la proximidad con los espectadores se generó a través de la componente idiomática y a través de los actores autóctonos.

Según los elementos de producción y de contenido mencionados más arriba, se puede afirmar que la telenovela rumana *El Secreto de María* sigue pautas muy similares y por lo tanto encaja en lo que designamos como el modelo mexicano de telenovela, aunque esté realizada según un guión argentino.

5.4.4 *Păcatele Evei / Los pecados de Eva*

Păcatele Evei / Los Pecados de Eva (2005-2006) (Ver anexo 9) (Ver tráiler 3) empezó a rodarse el 12 de septiembre de 2005 y a emitirse el sábado 5 de noviembre de 2005. Estuvo en la parrilla del canal *Acasa TV* los sábados y los domingos, hasta el 22 de abril de 2006, en el interval horario 21:15-22:25, en *prime time*.

La dirección de la telenovela y el guión estuvieron a cargo de debutantes: Adrian Batista y Veronica Cara, respectivamente. Por lo tanto, si el rodaje para *Lágrimas de amor* se hizo a ritmo de un capítulo al día, el de *Los pecados de Eva* duró cuatro días por capítulo (“Telenovela românească face campanie anti-drog”, 2005).

¹⁷⁰ A lo largo de la duración de la telenovela, las empresas que han utilizado el espacio publicitario de *El secreto de María* han sido: Colgate (con 96 anuncios), Univers’All (96), Zaraza (92), Orbit (78), “Jurnalul Național” (70), Altex (67), Connex/Vodafone (64), Cosmote (59), Coca-Cola (57), Flanco (54).

Igual que en el caso de sus primeras dos telenovelas, *MediaPro Pictures* ha optado por el mismo tipo de reparto mixto, con nombres de actores nuevos¹⁷¹ y con otros ya conocidos por el público. Recordamos entre ellos a Alexandru Papadopol, que interpretó papeles en *Sólo el amor* y *Lágrimas de amor*. Se suman, además, artistas del mundo del espectáculo como Oana Zăvoranu –presente también en la primera telenovela rumana *Sólo el amor*. También debuta actor de telenovelas Cabral Ibacka, el conocido presentador de la emisión *Povești de noapte / Cuentos nocturnos*, que aparece en las pantallas de lunes a jueves, a las 22:00, a través de *Acasa TV*. Cantantes, como Lili Sandu, cuyo nombre aparece en el reparto de *Sólo el amor*, y Răzvan Fodor, ex miembro del grupo musical rumano de pop/rock *Krypton*, interpretan la canción de la telenovela, con el mismo título.

Los pecados de Eva es una telenovela que se inspira de la realidad del Bucarest del año 2005, donde surge la historia de amor que relata. Desde su primer capítulo-piloto, de 120 minutos de duración, introduce al público en la vida mundana de la capital. En este mundo, la fama domina aparentemente. Pero, en realidad, esconde grandes secretos y muchos pecados, tal y como su título lo sugiere. Esta telenovela en particular no se centra tanto en el tema de las diferencias de clase social, sino en abordar problemáticas sociales en un país post-comunista en el que la libertad adquirida con la caída del régimen se traduce de forma distorsionada en la sociedad. Estas problemáticas son tratadas como los “frutos prohibidos”, cuyo consumo lleva a pecados, algunos de ellos mortales, como el problema de la droga.

La telenovela transmite un mundo bucarestino dominado por los males de la caja de Pandora, como provocaciones, intrigas, esnobismo, orgullo, oportunidades, adulación, sufrimiento y dependencia, propios de los que luchan para lograr éxito. Mientras que el modelo de telenovela de *Televisa* evoca estos razgos desde las dinámicas que se crean entre los personajes, alimentadas por su pertenencia social a la clase rica o pobre, el modelo de *TV Azteca* lo hace a través de la puesta en escena de situaciones más complejas, que a menudo beben de factores sociales preocupantes para la sociedad en un momento dado. Por lo tanto, observamos que la telenovela *Los*

¹⁷¹ La razón de la elección de actores no profesionales, con poca o sin experiencia en el rodaje de telenovelas es sobre todo uno económico. Mientras que el honorario de un actor con experiencia como Alexandru Papadopol llega a unos 600 € por capítulo, mientras que Răzvan Fodor recibe aproximadamente 200 €. Oana Zăvoranu tiene un honorario que llega a los 700 € por capítulo, Lili Sandu llegando a 300 €, poco menos de la mitad de lo que recibe su compañera. (Popescu, I. e Irod, A., s.f.).

pecados de Eva, que denuncia los aspectos negativos de una parte de la sociedad rumana, al estar directamente vinculada a la realidad, se acerca más al modelo de telenovela de TV Azteca que al de Televisa.

En este universo, que se sale de los cánones de la vida cotidiana de la gente común, la lucha es cruel, mientras que la caída desde lo alto es inminente. Se trata de un mundo de la opulencia y de los secretos vergonzosos donde fotomodelos llegan a ser prostitutas de lujo, el tráfico de drogas está visto como dentro de la normalidad y la lucha entre bandas rivales provoca muchas víctimas. Este entorno moderno, dominado por intereses materiales, queda reflejado a través de interiores y de coches de lujosos. Al fondo de este ambiente duro, el amor como esencia del bien y lo malo, expresado a través de sentimientos de odio y venganza se entretajan en el hilo narrativo, cuyo dramatismo es ilustrado por la actuación expresiva de los personajes, que llega a la altura de expresión casi catártica de los personajes de telenovela mexicanos. Es el caso del personaje antagónico Eva Cernat (Oana Zăvoranu), cuya infancia infeliz en un orfanato se traduce en odio en el periodo de madurez, un odio que podríamos llamar obsesivo-compulsivo, y por un deseo constante de venganza.

Los enredos propiciados por la presencia de gemelos son capitalizados también en *Los pecados de Eva*. A diferencia de *El secreto de María*, esta vez se trata de dos hombres, cuyo papel es interpretado por Alexandru Papadopol, que cuenta con experiencia ya adquirida como actor de telenovelas. Los personajes que encarna, Mihnea y Robert, son diferentes en cuanto a caracteres, personificando la antítesis entre el bien y el mal. Los dos fueron separados desde pequeños, habiendo sido adoptados, a la edad de 8 años por dos familias distintas. Sus caminos se encuentran cuando los dos tienen 30 años. Robert se cría en Timișoara, llegando a la edad madura como una persona cínica, indiferente y egocéntrica, que llega a interferir con el mundo oscuro de la mafia bucarestina. En cambio, Mihnea es alguien introvertido y tímido.

La imagen de un personaje gay como modelo de valores y de principios aparece también en esta telenovela, ilustrada por la interpretación del actor Pavel Bartoș, que actúa bajo el nombre de Luigi. La orientación sexual del personaje no es explícita mediante su actuación, siendo más bien sugerida: “Luigi lucrează la agenția Rebecăi unde face jumătate din muncă. El este un tânăr efeminat, vesel, deschis, inteligent. Este confidentul fetelor, în special al Rebecăi, el le dă sfaturi, el le ajută să se îmbrace la

evenimente, le rezolvă problemele. Este integru, se poate conta oricind pe el”¹⁷² (“Păcatele Evei”, s.f.).

Además de ilustrar realidades del mundo contemporáneo rumano, esta telenovela, catalogada por su productora como “urbana”, cumple la función de ofrecer soluciones para la miseria, criticando la corrupción, la discriminación, la integración social u otras dificultades con las que se confronta la sociedad rumana post-comunista. La telenovela actúa desde una posición de crítica vehemente y de rechazo a la sociedad decadente. La acción se centra en el periodo presente de incertidumbre. Las referencias y los paralelismos con la sociedad tradicional de antes de la Revolución al periodo comunista en esta telenovela son escasos. Sin embargo, en este sentido retenemos una afirmación del personaje de Eva Cernat, redactora de un periódico amarillista, dirigida a un médico de una clínica de estética, quien le iba a realizar una operación de aumento de pecho, inimaginable durante el periodo comunista. Las palabras del guión pronunciadas por Eva, recuerdan las persecuciones del régimen comunista y podrían expresar el miedo de toda una nación frente a un hipotético regreso de un segundo periodo comunista en Rumania y sus implicaciones: “Ce ne facem dacă mâine vine comunismul peste noi toți și ne arestează pentru decadentă, iar duminică, sâmbătă, îți inchide toată coșmeria asta și rămâi pe drumuri?”¹⁷³ (*Los pecados de Eva*, Capítulo 1, min. 36:02 – 36:12).

La preocupación por reflejar cuestiones de interés social es mejor ilustrada a través de la profundización en el tema del tráfico y del consumo de droga, que aparece reiteradamente en sus capítulos. Si la telenovela *Lágrimas de amor* se acerca a este problema de forma más superficial, *Los pecados de Eva* la aborda en profundidad. Ruxandra Ion, la productora de la telenovela, afirma que ésta puede considerarse “campaña anti-droga” (“Telenovela românească face campanie anti-drog”, 2005), que tiene como finalidad hacer reflexionar al público sobre asuntos preocupantes para la población en su conjunto.

¹⁷² “Luigi trabaja en la agencia de Rebeca, donde hace la mitad del trabajo. Es un joven afeminado, alegre, abierto, inteligente. Es el confidente de las chicas, especialmente el de Rebeca, les aconseja, les ayuda a vestirse para eventos, resuelve sus problemas. Es íntegro, se puede contar con él en cualquier momento” (traducción de la autora).

¹⁷³ “Qué hacemos si mañana llega el comunismo encima de todos nosotros y nos mete en prisión por decadencia y a usted, vaya, le cierra el chiringuito y se queda en la calle?” (traducción de la autora).

El título de la telenovela *Los pecados de Eva*, relacionado al nombre de la protagonista Eva Cernat, pretende evocar el pecado primordial, asumido como parte de la condición humana de cometer errores, que se pueden redimir, tal como pretende demostrar la telenovela, a través del amor y del perdón. Es aquí donde se hace visible la componente religiosa expresada a través del perdón de los pecados mediante el arrepentimiento. El final del tráiler de la telenovela subraya este aspecto, dirigiéndose al público desde la proximidad —esta vez no tanto cultural, sino universal, basada en la naturaleza humana, destacando el hecho de que “*Los pecados de Eva* es la historia de nuestros prójimos. Nuestros prójimos somos nosotros: viviendo en pecado, cometiendo errores y amando”¹⁷⁴ (“Păcatele Evei [tráiler]”).

Inicialmente pensada para llegar a 65 capítulos, la telenovela dejó de rodarse debido al éxito relativo obtenido. La voz del público decidió, a través de su *feedback* medido en cuotas relativamente bajas de audiencia, de 2,6% puntos (comparado con las dos telenovelas previas *Sólo el amor* que llegó a 7,4% y con *Lágrimas de amor*, con 7,2%) que la telenovela concluyera con sólo 46 capítulos (Ver anexo 5).

Dados los aspectos de orden social alrededor de los que revuelve la temática de la telenovela *Los pecados de Eva*, resulta visible su acercamiento al modelo mexicano de *TV Azteca*. Consideramos el producto como híbrido, debido a la adaptación de este modelo mexicano a las realidades de la sociedad rumana post-comunista.

5.4.5 *Iubire ca în filme / Amor como en las películas*

Iubire ca în filme / Amor como en las películas (2006-2007) (Ver anexo 10) (Ver tráiler 4) es una producción de 200 capítulos, de 60 minutos, realizada por *MediaPro Pictures* y emitida por *Acasa TV*, de domingo a jueves a partir de las 20:30, entre las fechas 16 de septiembre de 2006 y 29 de junio de 2007.

La particularidad de esta telenovela es que se trata del primer proyecto de adaptación de una telenovela mexicana: *Como en el cine* (2001, *TV Azteca*, México). La trama de la telenovela rumana sigue fielmente a aquella de la telenovela mexicana, cuyos derechos fueron adquiridos por *MediaPro Pictures*. No obstante, el director de

¹⁷⁴ “*Păcatele Evei* este povestea semenilor nostri. Semenii nostri suntem noi: in pacat, greseala si iubire” (traducción de la autora).

producción, Iura Luncașu, decide desprenderse de él, cambiando los destinos de sus personajes y adaptando la historia a la realidad rumana.

En esta producción, los destinos de más de 60 personajes se mezclan como en un rompecabezas cuyas piezas parecen encajar perfectamente. *Amor como en las películas* tiene como protagonistas a los ya famosos Dan Bodeianu y Adela Popescu, quienes actuaron previamente en las telenovelas *Sólo el amor* y *Lágrimas de amor*, también producidas por *MediaPro Pictures*. Como lo mencionamos anteriormente, los dos se conocieron durante el rodaje de la primera telenovela, se enamoraron y formaron una pareja en la vida real, lo que hace su actuación todavía más verídica y, por lo tanto, valiosa, tanto a los ojos de los productores, como de los espectadores. En esta telenovela, interpretan a Ștefan, el hijo de una familia rica, y a Ioana, dos jóvenes que viven una fascinante historia de amor, “como en las películas” y tratan de encontrar las fuerzas necesarias para estar juntos, a pesar de las intrigas de los demás. Se marca, también en esta telenovela, la misma diferencia de clase social que en las producciones anteriores de *MediaPro Pictures*.

La telenovela presenta dos mundos completamente distintos, dominados por amor, traición e intrigas. Por una parte aparece el mundo de los adolescentes, donde 5 alumnas atraviesan un periodo de búsquedas, de toma de decisiones y de esperanzas, a una edad cuando todo parece posible. A parte de Raluca, a quien Ioana mantiene en la escuela privada con internado, parecida a un monasterio de clausura (similar a la versión original, mexicana), las demás chicas provienen de la clase media-alta, siendo hijas familias adineradas que tienen altas aspiraciones profesionales para ellas. La capacidad de elección del futuro de las hijas se encuentra aniquilada por la voluntad de los padres, como es el caso de Magdalena (Eva Constantinescu). Ella recibe un curso adicional de anatomía, con vistas a su admisión en la universidad de medicina, en contra de su propia voluntad y bajo la excusa que “los padres saben lo que es mejor para sus hijos”. La misma razón es invocada por Elvira, la madre de Ștefan, quién decide enviar a su hija a una escuela privada. En este tipo de edificios, la comunicación con el exterior está prohibida, incluso a través de los teléfonos móviles. La mayoría de las escenas que presentan a las adolescentes aparecen rodadas casi en exclusividad en la habitación compartida, donde, lejos de los oídos de la directora y de la guardiana de la escuela que las vigilan constantemente, pueden desvelar sus secretos y preocupaciones. A ratos, los diálogos se trasladan a la sala de reuniones donde se revisa constantemente el reglamento de orden interno de la escuela, o a la sala de clases.

Por otro lado, se presenta un mundo de acceso abierto, antitético y paralelo al mundo cerrado, descrito anteriormente. En este mundo viven 5 mujeres guapas y deseadas por hombres que van al bar *Princess* cada noche. Ellas son las “princesas” intangibles que bailan de noche para encantar a los espectadores, pero que de día llevan su vida normal, culminada por el deseo de descubrir un amor similar al que se ve en películas. Las secuencias eróticas abundan en esta telenovela, empezando por el baile sensual de las chicas, siguiendo por aquellas de striptease y terminando por las escenas “de cama”. Estos aspectos, como hemos dicho, alejan la producción rumana de las telenovelas mexicanas. Las escenas relativas a la vida nocturna de las chicas se ruedan exclusivamente en el bar y en el vestidor, que vemos como un espacio íntimo, de compartir penas e ilusiones, que es similar, como concepto, al de la habitación de internado de las alumnas.

El secreto de Ioana es que trabaja como bailarina, pero se presenta como psicóloga, fingiendo para salvar su imagen. Este juego de las apariencias la lleva a engañar a la persona a quien más quiere, a Ștefan. Los dos se enamoran en el momento en que él recurre a los servicios de ella en calidad de médico, en el intento de liberarse de las fantasmas de una infancia aparentemente feliz, pero que le había marcado psicológicamente por la falta de armonía en el hogar y por la presencia de una madre manipuladora. Aunque la lucha interior determine a Ioana a querer confesarle a Ștefan su secreto, en repetidas ocasiones, el suspense creado por una sucesión de situaciones inesperadas genera la demora, típica para la narrativa seriada y que crea la expectativa en el espectador. Después de un tiempo descubre el secreto y se separa de Ioana.

Es remarcable el cambio que se produce con respecto al guión original y que determina un giro inesperado en la continuación de la historia de la telenovela. Desafiando las expectativas de la audiencia y para sorprenderla, el director de producción Iura Luncașu decide acercar la trama del guión de una historia de ficción a la vida real, inspirada en la historia nacional rumana postrevolucionaria. El cambio se produce a raíz de la muerte del protagonista, Ștefan, en los brazos de su hermano gemelo, seguida por la escena de su entierro. Este suceso surge en mitad de la historia, en un momento sorpresa para el público. Es a partir de este momento que la telenovela se acerca a la realidad rumana, alejándose, a la vez, del modelo del guión mexicano seguido hasta entonces, mediante la incorporación de un nuevo personaje, cuya intervención influirá en el destino de los demás. Este cambio inesperado ha provocado variadas reacciones de disconformidad con los contenidos propuestos en el foro de la

página web oficial de *Acasa TV*. La explicación que dieron al respecto los productores al público fue que el guión intenta innovar el género de la telenovela, rompiendo con los estereotipos y acercándolo lo máximo posible a situaciones que pueden suceder en la vida cotidiana. Si en la versión original Ștefan hubiera vivido, en la versión rumana se ha preferido renunciarse al protagonista, considerado débil e ingenuo, para apostar por un carácter más fuerte y luchador, personificado por el hermano gemelo, quien continúa el camino de Ștefan hasta el final de la telenovela („Schimbări de scenariu decise de producători”, 2006).

El nuevo personaje es Rona (Adriana Butoi¹⁷⁵) (“Iubire ca în filme” încântă telespectatorii”, s.f.), antagonista que aparece como una mujer joven y de fuerte carácter. Ella llega a Bucarest, decidida de vengar la muerte de sus padres, quienes habían sido asesinados por la *Securitate* durante el régimen de Ceaușescu. Por los archivos de *Consiliul Național pentru Studierea Arhivelor Securității (CNSAS)* / *Consejo Nacional para el Estudio de los Archivos de la Securitate* se enteró de que el responsable por la muerte de sus padres había sido Petru Varga, marido de Elvira y padre de Ștefan. A partir de aquel momento, el destino de la familia Varga cambia drásticamente, culminando con la muerte de Ștefan.

Es relevante, para justificar el anclaje de esta telenovela en la realidad histórica rumana, mencionar que su producción se realiza un año después de la apertura al público de los *Archivos de la Securitate*, que fue a finales del año 2005, de cara a la adhesión de Rumanía a la Unión Europea (Stan, 2013: 73). Considerando los eventos políticos que surgieron en el país a principios del año 2006, creemos que otra fuente de inspiración para la temática de la telenovela es un evento más cercano en el tiempo, es decir el escándalo provocado en el mes de abril, por la evaluación de expedientes que descubrieron la implicación de un importante número de magistrados en las filas de la *Securitate* (Pawlak, 2006).

Volviendo al hilo de la narrativa y a los cambios operados por el director de producción, seguimos observando las repercusiones de los nuevos personajes en la historia y en los personajes ya existentes. Después de la muerte de su hermano, Bogdan,

¹⁷⁵ Apodada “Uma Thurman de Rumania” por su similitud física con la actriz estadounidense, Adriana Butoi es conocida por haber actuado en las producciones norteamericanas *The Phrophecy: Uprising* (2005), *The Phrophecy: Forsaken* (2005), *Witchouse2: Blood Coven* (2000), por las películas francesas *Les Percutés* (2002), *Dormir avec le diable* (2001), la belga *Point de fuite* (1987) y las rumanas *Faraonul* (2004) y *Examen* (2003).

quién había sido considerado muerto, vuelve después de años al lado de su familia y busca a Ioana. Rona muestra un amor patológico por Bogdan, a quien Ioana rechaza en un principio, pero después se convierte en su pareja y lucha junto a él en contra de Rona. La escena final de *Amor como en las películas*, de la boda de Ioana y Bogdan, celebrada en el rito ortodoxo, se rueda en el mismo escenario en el que ha empezado, que es el chalet de montaña, propiedad de la familia Varga, situado en Susai, cerca de la localidad de Predeal, en los Cárpatos, a aproximadamente 150 kilómetros de Bucarest.

Otra boda, celebrada en un capítulo anterior de la telenovela, une el amor que se ha construido a lo largo de la historia, entre Raluca, la hermana de Ioana y Dragoș. Los dos se casan en la presencia de su hija de 6 meses, lo que muestra una tendencia progresista, de apertura en cuanto a las relaciones de pareja, comparado con la mentalidad tradicional anterior al 1989, cuando un matrimonio que ya había tenido un hijo hubiera sido mal visto por la sociedad.

Es digno de mencionar que, a parte de las escenas de naturaleza rodadas en las cercanías del chalet de Susai, las escenas de interiores son predominantes, a diferencia de las producciones anteriores de *MediaPro Pictures*, que cuentan con más movimiento y con más escenas de exteriores. Consideramos que el guión original mexicano ha tenido un papel importante en este aspecto. El acento recae especialmente en los diálogos, lo que nos hace afirmar, en términos comparativos con las demás telenovelas, que esta telenovela rumana es una de las más estáticas realizadas por *MediaPro* y de las más parecidas, desde este punto de vista, al modelo de telenovela mexicano.

También en *Amor como en las películas* contamos con la presencia de símbolos religiosos, como los crucifijos y los íconos colgados en las paredes de las habitaciones y, por regla general, encima de las camas. Símbolos similares aparecen, por ejemplo, en la versión mexicana de esta telenovela, *Como en el cine*, en la habitación de internado de las alumnas. El caso de Magdalena, la alumna que mencionamos anteriormente, cuyos padres quieren que de mayor sea médico, se justifica a través del hecho de que son muy creyentes y piensan que su familia tiene que ayudar a los demás. Una situación con implicación religiosa que llama la atención y que, una vez más relaciona la telenovela con sucesos de la vida real, surge cuando la madre de Dana (Sabina Brândușe) encuentra en la maleta de su hija, preparada para llevarla a la escuela privada donde iba a estudiar, además de ropa poco decente, la novela de Dan Brown, *El código Da Vinci*. En un ataque de histeria, la madre arranca las hojas del libro, diciendo que es

una blasfemia y que no quiere tener semejante libro en casa, prohibiendo definitivamente su lectura a la hija –quien había manifestado su curiosidad de leerlo. La reacción de la madre está en consonancia con la crítica vehemente de la Iglesia Ortodoxa rumana en contra del libro y de la película, que en el año 2006 fue la más visionada en los cines de Rumania (““Codul lui Da Vinci”, cel mai vizionat film”, 2007). A pesar del éxito remarcable del libro en el país en el año anterior a la película, el mensaje que la telenovela transmite al público es que *El código Da Vinci* es una obra moralmente “prohibida”, siendo visto como un ataque en contra de la fe cristiana. Es interesante remarcar que en la versión mexicana de la telenovela, no se menciona nada de un libro que está dentro de la maleta, tratándose allí solo de ropa muy ajustada, que atrae la exclamación de la madre que „la lujuria es un pecado capital”. En cambio, la modificación del guión inspirada por una situación de la Rumania contemporánea, ilustrada en la telenovela como una reacción al éxito del libro de Brown, demuestra su adaptación a la realidad nacional.

La canción que acompaña la telenovela, que lleva el mismo título es compuesta por Marius Moga, el mismo que había creado la música de la telenovela *El secreto de María*, producida por la casa de producciones *La Dolce Vita* de Valeriu Lazarov, junto a *Intact Production*. La interpretación corre, también en este caso, a cargo de Adela Popescu, que ya se había lanzado en el mundo de la música, grabando su primer disco en paralelo con su actuación en la telenovela *Lágrimas de amor*. Su protagonismo en esta cuarta producción de *MediaPro Pictures* fue una ocasión más para grabar su segundo disco en colaboración con el compositor Marius Moga, y con el mismo título que la telenovela – *Amor como en las películas*, que contiene 12 piezas. Aprovechando su rol como bailarina en el bar *Princess*, la actriz y cantante rodó, junto a sus otras compañeras bailarinas, también un videoclip para la canción de la telenovela.

Según fuentes publicadas en la página web oficial del canal *Acasa TV*, uno de los coregrafos de Madonna ideó la coreografía de los bailes provocativos de las escenas rodadas en el bar (“La Poveștiri adevărate: Momente impresionante”, s.f.). Para incrementar los índices de audiencia del canal, los productores de la telenovela también trajeron al famoso grupo de pop y música latina estadounidense *No Mercy* para cantar el hit de éxito internacional *Please don't go* en el bar *Princess* el primer capítulo del 8 de enero de 2007, de la segunda temporada de la telenovela. Para el vocalista del grupo, la aparición en la telenovela junto a las bailarinas Daiana (Diana Dumitrescu) e Ileana

(Nicoleta Luciu) fue la primera en una producción europea (“Iubire ca în filme” revine”, s.f.).

El mundo musical rumano interfiere con la telenovela en dos ocasiones: cuando el grupo *Akcent*, especializado en música dance y pop, es invitado para cantar en el bar *Princess* y cuando Ștefan organiza una serenata para Ioana, invitando al grupo de pop-rock *Vank*.

Como estrategia de fidelización del público, *Acasa TV* organizó un concurso con premios, que aplicaría también en el caso de *Daria, iubirea mea / Daria, mi amor*, la siguiente producción de *MediaPro*. El concurso consistía en contestar de forma correcta a una pregunta que se hacía a final de cada capítulo a través de la página web del canal o por teléfono. Los ganadores se iban a anunciar en otra emisión del mismo canal, *De 3x femeie / 3 veces mujer* lo que, implícitamente, iba a aportar más audiencia también para dicha emisión.

Otra estrategia de marketing implementada por *Media Pro* y similar a aquella aplicada en el caso de su primera telenovela *Sólo el amor*, fue la organización de la caravana *Amor como en las películas*, bajo consulta del público mediante el foro de la página web del canal. La caravana visitó las ciudades más importantes de Rumania durante la semana 23-29 de octubre de 2007 (“Caravana iubirii a incitat locuitorii”, s.f.), cuando los seguidores tuvieron la posibilidad de encontrar a sus actores favoritos y de escuchar cantar a los actores que estaban implicados también en el mundo del espectáculo.

Tomando en cuenta que *Amor como en las películas* es una adaptación de una telenovela producida por *Azteca TV*, resulta visible la similitud entre ellas. Se mantiene, también en la versión rumana, la misma idea de amor idealizado que puede superar todas las pruebas, presente en la telenovela mexicana. Pudimos destacar elementos típicos de la realidad rumana que se mezclan en la trama de la telenovela desde el inicio, como el detalle del libro *El código Da Vinci*. En el momento de la decisión del cambio del guión por los productores rumanos, se observa una marcada adaptación que altera la versión mexicana, para dar lugar a actuar a un personaje anclado en la realidad rumana del pasado comunista.

Debido a los elementos prestados y originales que juntos crean un producto híbrido, consideramos que *Amor como en las películas* es uno de los casos más marcados de *glocalización* que encontramos en el proceso de producción de telenovelas inspiradas por un modelo y adaptadas a las especificidades nacionales.

5.4.6 *Vocea inimii / La voz del corazón*

Vocea inimii / La voz del corazón (2006-2007) (Ver anexo 11) es la segunda producción de *La Dolce Vita Productions* e *Intact Productions* y cuenta con 162 capítulos, con una duración de 60 minutos por capítulo. Se emitió por el canal *Antena 1*, a partir del 10 de septiembre de 2006, de lunes a viernes, en inicio del horario estelar, de 18:00 a 19:00 horas, a diferencia de *El secreto de María*, la primera producción de *La Dolce Vita* e *Intact*, que se había emitido al final del horario estelar, de 22:00 a 23:00. Este ajuste de horario de transmisión tiene su lógica basada en atraer a las audiencias en un intervalo horario que no coincidiera con la emisión de otro programa similar. Nos referimos aquí, concretamente, a la simultaneidad de la transmisión de *La voz del corazón* con la telenovela *Amor como en las películas* de *MediaPro* a través del canal *Acasa TV*.

Debido al éxito alcanzado por su primera telenovela *El secreto de María*, las dos productoras siguen la misma pauta, confiando nuevamente la escritura del guión, a partir de la idea original de Gabriel Corrado para su rodaje en Rumania, al también argentino Marcelo Cabrera. Así, el productor argentino Gabriel Corrado, junto a su equipo de *CTV Contenidos*, supervisan, igual que en el caso de la telenovela *El secreto de María*, el buen desarrollo del rodaje y de la producción general de esta telenovela. En esta ocasión, el cliché de las hermanas gemelas diversas en su carácter es sustituido por el de una historia anclada en un mundo de misterios, de lo sobrenatural, de las visiones e intuiciones y de las interpretaciones de las cartas. Práctica arraigada en Rumania en la tradición gitana, la clarividencia es bastante común y exitosa en el país y a ella se dedican programas de televisión y concursos, como el *reality show* *Clarvăzătorii / Los clarividentes*, emitido por el canal comercial *Kanal D* en el año 2009. La temática abordada en esta telenovela se acerca al misticismo a través de la cartomancia y la presencia en la telenovela de una clarividente que recuerda a la famosa Mama Omida, a cuyos servicios recurrieron en repetidas ocasiones el mismo Ceaușescu y su mujer y quien supuestamente habría predecido el final de ambos en un día de fiesta.

El proceso de selección de los actores sigue la misma pauta que en el caso de las telenovelas realizadas anteriormente. Los actores de esta telenovela son atentamente

escogidos entre los actores consagrados de teatro y estrellas de cine¹⁷⁶ – lo que ilustra, una vez más, la noción del *star system* empleada también por las telenovelas latinoamericanas, a los que se les añaden nuevos talentos descubiertos durante el casting previo al rodaje. A tres de los actores presentes en *La voz del corazón* les reconocemos de la producción previa, *El secreto de María*: el protagonista principal Ioan Isaiu (interpretando a Octavian Bărbulescu en *El secreto de María* y a Bogdan Popovici en *La voz del corazón*), Olga Delia Mateescu y Toma Dănilă. María Dinulescu también había actuado previamente en *Los pecados de Eva*, producida por *MediaPro*, en el rol de Roxana. La presencia de los actores profesionales ya consagrados frente a aquellos elegidos mediante el casting, sin experiencia previa como actores, constituye para la productora Augusta Lazarov, una ventaja incontestable en cuanto al éxito de una telenovela:

Important este că, majoritatea fiind actori de profesie, echipa care s-a format va fi imbatabilă, pentru că, în afara unui schimb de replici în fața camerelor de luat vederi, este important ca oamenii să poată comunica din priviri, să-și transmită emoția unul altuia, dar și telespectatorilor. Iar ei, toți, fără excepție, au acest har¹⁷⁷ (Lazarov, citada en Blagu, 2006).

Cabe destacar la participación de una actriz latinoamericana, invitada a actuar en esta telenovela. Su presencia es más significativa que la breve intervención mediante una frase, articulada en rumano, por la célebre actriz mexicana Gabriela Spanic en la primera telenovela de *MediaPro*, *Sólo el amor*, pero con la misma finalidad estratégica

¹⁷⁶ Nombres como Cezara Dafinescu, Alexandru Repan, Ion Dichiseanu, Alexandrina Halic y Marius Bodochi son actores que llevan decenas de años de experiencia en teatro, mientras que la nueva generación destaca a través de la presencia en la telenovela de Viorica Voda, Maria Dinulescu si Andreea Macelaru Sofron. Voda hizo su debut en *Filantropica / Filantrópica* (2002). Andreea Macelaru Sofrones actriz del *Teatro Notarra*, mientras que Maria Dinulescu actuó, durante seis años de actividad, en 20 producciones, entre cuales *Trafic / Tráfico* (2004), *Milionari de weekend / Millonarios de fin de semana* (2004) y *California Dreaming* (2007), pero también en la telenovela producida por *MediaPro Pictures*, *Pacatele Evei / Los pecados de Eva* (Blagu, 2006).

¹⁷⁷ “La mayoría de los actores son profesionales, lo que hace que el equipo sea imbatible. Además de un intercambio de réplicas delante las cámaras, es importante que los actores puedan entenderse con una mirada y así transmitirse la emoción uno al otro, pero también a los espectadores. Y todos ellos, sin ninguna excepción, tienen este don” (traducción de la autora).

para el canal *Antena 1*: la de ganar audiencias. Esta vez se trata de la actriz venezolana Carolina Tejera, muy famosa en Rumania por su presencia en telenovelas como *Gata Salvaje* (2002, *Venevisión*), *La mujer de Lorenzo* (2003, *Venevisión*) y *Amor de papel* (1993, *Venevisión*), y que actuó en algunos capítulos de *La voz del corazón*. El papel, especialmente concebido para la actriz, es el de Carolina, una artista que llega desde Madrid, dejándose ambiguo su origen, para dar un concierto en Rumania. Esta condición ficcional no estaba lejos de la realidad, porque la actriz intervino en la emisión *Surprize, surprize / Sorpresas, sorpresas* para interpretar, por primera vez en su carrera, canciones de composición propia, ya que anteriormente solo había interpretado a personajes de telenovelas que eran de profesión cantantes (“Carolina Tejera: “Cred în piața asta””, 2006). En la telenovela, Carolina es amiga de la novia de Bogdan, Eugenia (Viorica Vodă), quién le confiesa sus problemas en la relación con él, con la convicción de que esta acabaría pronto. Para consolarla y animarla, Carolina le invita en su concierto –ambientado en el plató de rodaje, contando con un público de figurantes– donde le presenta a un joven simpático, que Eugenia encuentra atractivo. Las réplicas de Carolina eran en lengua española, por lo que encontramos en *La voz del corazón* es el primer caso de bilingüismo en la producción rumana de telenovela, lo que marca la diferencia con la telenovela mexicana, donde no son comunes las intervenciones de actores y de personajes extranjeros. La originalidad del diálogo en la telenovela rumana reside en el hecho de que las réplicas de la actriz venezolana eran pronunciadas en español con acento venezolano y subtituladas para el público seguidor, mientras que las réplicas del personaje rumano eran en lengua rumana. Aunque ninguna de las dos sabían exactamente lo que decía la otra, el hecho de haber aprendido las réplicas de memoria hizo que la situación se llevara a cabo sin problemas. Carolina Tejera expresó su sorpresa por esta forma de comunicación: “A fost o experiență destul de bizară, noroc că ne învățaserăm amândouă foarte bine replicile și știam despre ce e vorba în scenă, așa că atmosfera creată, feeling-ul a fost bun!”¹⁷⁸ (Tejera, citada en Hurezean, 2006). La noticia de su actuación llegó hasta Costa Rica, país donde está radicada la actriz venezolana. En una entrevista para uno de los periódicos más importantes del país, *Nación.com*, Tejera recuerda, después de 3 años su intervención en la telenovela

¹⁷⁸ “Ha sido una experiencia bastante peculiar, menos mal que las dos habíamos aprendido muy bien las réplicas y sabíamos de lo que iba la escena, así que la atmósfera creada y el feeling fueron buenos!” (traducción de la autora).

rumana, manifestando al mismo tiempo su sorpresa por las producciones de telenovelas desarrolladas en países europeos: “En el 2007 estuve en Rumania, donde tuve una participación especial en la novela *La voz del corazón*, que se transmitió en rumano y en castellano. [...] Aunque no lo creamos, los europeos son muy noveleros” (Tejera, citada en Arce, 2009).

Caracterizaremos brevemente a los personajes más representativos, donde se halla muy clara la polarización entre buenos y malos, como pasa en las telenovelas latinoamericanas.

Sidonia Banu (Maria Dinulescu) es una joven de 24 años, llena de energía y dispuesta a ayudar a cualquiera. Fue acostumbrada desde pequeña con las dificultades de la vida, siendo criada sin padre, por una madre severa y una abuela encantadora. Dotada con una intuición especial, aprendió a interpretar las cartas de niña, gracias a su abuela. Está comprometida con Traian (Ionuț Adăscăliței), un joven unos años mayor que ella. Es educadora y quiere mucho a los niños, lo que es visible por su trato cuidadoso hacía las hijas de Bogdan, de las cuales una es autista. Sidonia es la única persona que consigue que Andreea hablara después de la muerte de su madre.

Georgeta Banu (Olga Delia Mateescu) es la madre de Sidonia. Trabaja como enfermera y es una persona introvertida y rencorosa, que culpa a su madre por todo lo que le había salido mal en la vida. Los problemas la determinan empezar a beber para olvidar su difícil pasado.

Oana (Suzana Roșca) es la mejor amiga de Sidonia. Aunque haya estudiado teatro, no consiguió obtener ningún rol relevante, llegando a atender llamadas en una línea erótica.

Bogdan Popovici (Ioan Isaiu) es el protagonista principal de la telenovela, junto a Sidonia. Es arquitecto, igual que el personaje principal de la telenovela de *MediaPro*, *Sólo el amor*. A pesar de su situación económica prospera como heredero de la empresa de su padre, el dinero no le deshumaniza, apreciando en primer lugar los valores de las personas. Es buen padre para sus hijas gemelas, a las que cría en un principio solo, tras la pérdida de su mujer en un accidente, y después junto a su novia Eugenia.

Eugenia (Viorica Vodă) es una contable de 26 años, que parece sumisa, pero quién en realidad es falsa y persigue sus intereses de casarse con un hombre adinerado. Se enamora de Bogdan, que es un primo lejano.

Gelu Popovici (Marius Bodochi), el tío de Bogdan, es uno de los personajes antagonistas. Es muy ambicioso y persigue sus intereses por encima de todo. Los lazos

de familia desaparecen cuando se trata de los beneficios económicos que pueda obtener. Quiere crear su propio imperio para así salir de la influencia de su hermano. Trabajando en la empresa familiar, no se niega a falsificar registros y documentos y se presta a todo, hasta a mandar a que maten a su hermano, presidente de la empresa, para poder apoderarse de sus bienes.

Călin Vasiliu (Toma Dănilă) tiene 35 años y es el administrador de la empresa de Popovici. Es un arribista y muy astuto en el mundo de los negocios. Es el aliado de Gelu en su lucha para obtener la empresa.

En cuanto al rodaje, las escenas de interiores son predominantes: casas lujosas, donde la criada está presente, como en casi todas las demás telenovelas producidas durante este periodo. Se graba también en interiores de las oficinas de la empresa de Popescu y en los pisos donde viven la madre de Sidonia y Sidonia con su amiga. El contraste entre el interior modesto de la casa de la madre de Sidonia y la opulencia de la casa de Bogdan marcan claramente el contraste entre pobres y ricos. Las escenas de exteriores no son muy frecuentes: calles de Bucarest y espacios abandonados se convierten en lugares de la acción, donde tienen lugar habitualmente escenas de violencia: en el primer capítulo Mircea Popovici (Alexandru Repan) está accidentando en plena calle por un motorista y después, empujado desde lo alto de un edificio, que es como encuentra su fin.

La inspiración de las realidades sociales del país se materializa a través de la presentación de la lucha por el poder y por el dinero, que es lo que persiguen los personajes antagonistas presentados más arriba. La temática de la telenovela gira en torno a dos principales problemáticas: el mercado laboral y el aborto.

La telenovela empieza presentando una situación que se da a menudo en la sociedad contemporánea, no solo en la rumana, pero también a nivel internacional, donde encontrar trabajo en plena crisis económica es tarea muy difícil para la gente joven y sin experiencia previa. Aplicada al caso de Rumania y concretamente en el contexto de esta telenovela, Sidonia no consigue trabajo como educadora por falta de experiencia laboral, lo que le provoca un drama existencial, que le determina acercarse al mundo de la cartomancia y escuchar la “voz del corazón” para su interpretación.

Esta telenovela toca también el problema del aborto, a través de Eugenia, la novia de Bogdan. A pesar de que ellos hayan discutido y que Bogdan haya empezado a enamorarse de Sidonia, los dos se siguen viendo porque ella se había quedado embarazada de él mientras aún estaban juntos. Al ver que las cosas no son como ella

quería en cuanto al apego de Bogdan y de sus hijas a Sidonia, ella decide abortar. El problema del aborto, prohibido durante la época comunista –no por convicción religiosa, sino que por aumentar la tasa de natalidad en el país– y legal hoy en día, da a las mujeres rumanas la posibilidad de decidir sobre sus cuerpos, cuestión reflejada también en *La voz del corazón*.

Las imágenes de violencia en esta telenovela culminan, igual que en el caso de otras telenovelas rumanas y a diferencia de las telenovelas mexicanas, donde la violencia no es tan explícita. Las escenas de crímenes, como la anteriormente mencionada de la muerte de Popovici, o la muerte por disparo del criminal por Gelu, quien lo había contratado para liquidar a su propio hermano, acercan el escenario más bien a una película de acción policiaca que a una telenovela.

El guión, escrito por un argentino, viene con una historia que podría suceder perfectamente en un país de América Latina. Aunque su origen no sea mexicano, podríamos encuadrar esta telenovela dentro del modelo mexicano de telenovela, por responder a características que podríamos identificar en una telenovela mexicana. Por la temática que trata y por considerantes ligadas a la producción, el modelo de *Televisa* es reflejado sobre todo en cuanto al matrimonio entre Sidonia, que tiene una situación material precaria, con el dueño rico de una gran empresa. Además, la tipología de los personajes que enfrentan a los buenos en contra de los malos, con la victoria de los protagonistas sobre los antagonistas, también recuerda el modelo de *Televisa*. Por otro lado, el modelo de *TV Azteca* también es reflejado con respecto a los aspectos sociales de la telenovela, aunque con menos impacto en esta telenovela que en otras realizadas anteriormente. Es interesante destacar en el caso de las producciones de *La Dolce Vita* e *Intact Productions* la escasa búsqueda de la interacción y del *feedback* del público, comparado con la campaña de marketing lanzada por *MediaPro* a través de todos los medios, en especial de los foros de discusión presentes en la web del canal y de las páginas oficiales de las telenovelas.

Las referencias a la realidad rumana y el aspecto del bilingüismo, que representa una peculiaridad de esta producción rumana y que no identificamos en otras telenovelas latinoamericanas nos hace afirmar que *La voz del corazón* es una producción que reúne características latinoamericanas con aspectos rumanos en un producto que logra demostrar su hibridismo.

5.4.7 *Daria, iubirea mea / Daria, mi amor*

Daria, iubirea mea / Daria, mi amor (2006-2007) (Ver anexo 12) (Ver tráiler 5) suma 120 capítulos con una duración de 60 minutos por capítulo, emitidos de martes a jueves en el intervalo horario 18:37-19:40, a partir del 19 de septiembre de 2006. En un principio la historia de amor llena de sensibilidad que narra, acerca considerablemente a esta telenovela al modelo más tradicionalista de la telenovela mexicana. Sin embargo, a medida que el hilo narrativo avanza, el espectador puede observar el mundo moderno, dominado por intereses materiales, ambientado en el espacio contemporáneo rumano.

Daria, mi amor es, junto a *La voz del corazón* y *Amor como en las películas*, una de las 3 telenovelas que fueron emitidas durante aproximadamente el mismo periodo, de septiembre a junio, entre los años 2006 y 2007. Parcialmente, su horario de emisión situado al inicio de horario estelar coincide con el de *La voz del corazón*, presentado por *Antena 1*, entre las 18:00-19:00, lo que hizo que la audiencia se repartiera entre las dos telenovelas. Consideramos que fue la razón principal por la que *Daria, mi amor* logró menos audiencia que el resto de todas las telenovelas producidas por *MediaPro*, que fue de 1,6 puntos, comparado con *La voz del corazón*, que había atraído casi el doble, representando 2,9 puntos. En comparación con las dos primeras, la tercera telenovela, *Amor como en las películas* obtuvo 3,4 puntos (Ver anexo 5).

La historia está basada en enredos dignos de telenovelas latinoamericanas, donde los conflictos amorosos y aquellos generados por la posesión de riquezas mantienen despierta la atención del público. Los juegos de poder incluyen e interrelacionan a la mayoría de los personajes de esta telenovela. Dan es el hijo de Alexandru Nichita (Dan Pinte), que lleva una vida despreocupada como cantante de un grupo de rock, sabiendo que cuenta con el apoyo financiero de su padre, gran dueño de casinos en Bucarest. El interés económico lo persigue también la novia de Dan, Silvia Damian (Andreea Bibiri), que espera que a través de él se pueda lanzar en el mundo de la moda, como diseñadora. Andi (Alexandru Papadopol), el hermanastro de Dan, que aparenta ser una persona simpática y generosa lucha, en el fondo, para conseguir la fortuna de su padrastro, diagnosticado con un cáncer en fase avanzada. Además, Alice (Elvira Deatcu), la amante del magnate Alexandru Nichita, se propone darle un hijo para que, a través de él, pueda conseguir parte de su fortuna. En el otro campo se encuentra Nicky Novac (Constantin Cotimăniș) quien, también por razones de poder económico, jura venganza en contra de su enemigo, Nichita. Alejado de este mundo

dominado por intereses materiales, nace el amor mutuo de Dan y de Daria, quienes luchan en contra de todas las pegs puestas por la novia oficial de Dan y por las diferencias determinadas por el estatus social. Mientras que Dan vive en un chalet lujoso que es de su padre, Daria tiene una pequeña habitación modesta en el edificio de una biblioteca, gracias a una persona de gran corazón, trabajador en la biblioteca –Gicu Timofte (Sebastian Papaiani) que se la ofrece y que, al mismo tiempo, protege a Daria de las maldades de Olivia Muscalu (Ana Maria Moldovan), una bibliotecaria que no soporta la presencia de la joven en la institución. A pesar de la situación de pobreza, Daria persigue su sueño de llegar a ser bailarina de danza clásica, compaginando sus clases con el trabajo en una pizzería. Aunque su historia de amor pareciera imposible, la telenovela concluye de manera feliz para los dos enamorados, que enfrentan todos los obstáculos y consiguen llegar a estar juntos.

Resulta interesante profundizar en la tipología de los personajes que dan vida a esta telenovela.

Empezando por la protagonista principal, Daria es una chica pobre, tierna y de buen corazón, a quién la falta de amor desde la infancia le produce una necesidad de recibir y de regalar afección. Su optimismo y alegría le hacen ver las partes buenas de la vida, a pesar de ser huérfana. Su amor por Dan, que inicialmente cree imposible, abre su visión sobre el mundo, haciéndola más fuerte ante los obstáculos que surgen en el camino de su felicidad.

El protagonista principal masculino, Dan, que es licenciado en Derecho, es un joven rico, simpático, divertido, entusiasta y romántico. El intenta mantenerse lejos de los negocios de su padre, dedicándose a los ensayos y conciertos junto a su grupo de música rock. Su lucha interior es doblada por una lucha en contra de las personas que quieren apoderarse de la fortuna de la familia, incluyendo a su hermanastro, Andi.

Alexandru Nichita, el padre de Dan, es un hombre muy rico, poderoso, autoritario, pero aún así sensible, a pesar de la dureza de las luchas de poder a las que le somete su imperio financiero de los casinos.

Elvira representa el tipo de mujer oportunista, que haría lo que fuera para lograr sus objetivos, igual que lo es Silvia, la novia oficial de Dan, que solo mantiene su relación por los beneficios que puede sacar de su posición.

Aceptada por el padre de Dan por ser mundana y de comportamiento sofisticado, Silvia puede ser caracterizada como una persona malcriada, egoísta y oportunista, que

no tiene escrúpulos para perseguir su interés, siendo motivada en sus acciones por el deseo de ser diseñadora.

Nicky, el personaje constantemente enfrentado a Nichita, es otra personificación del poder. No tiene complejos, sobre todo cuando se trata de obtener beneficios a favor de su negocio. Lo sorprendente de este personaje es su doble personalidad, desvelada por la vida que lleva: por un lado, su comportamiento cuando está en su casa de campo, donde tiene preocupaciones como trabajar en el jardín o hacer pequeñas esculturas en madera contraviene al estilo completamente opuesto que le caracteriza cuando está en el bar.

Otro personaje, Vanda, es una cantante que trabaja en el bar de Nicky Novac. Se trata de una persona agradable, con los pies en la tierra y con experiencia de vida. Gracias a su trabajo como cantante en el club y en el casino, ha llegado a conocer de forma intuitiva a las personas. Es muy desenvuelta y, como artista, tiene la capacidad de captar a mucha gente para mantener el bar lleno. Pero, por autocomplacencia, sus sueños de construir una verdadera carrera musical se quedaron incumplidos.

Andi, el hermanastro de Dan está siempre intentando conseguir dinero para invertir en las competiciones nocturnas con coches poderosos, que son su pasión. Su estatuto de hijo adoptivo de Nichita le determina hacer uso de cualquier medio, sobre todo en contra de Dan, para evitar ser apartado de la herencia de su padrastro. La falsedad gobierna también su vida amorosa: tiene una relación con una de las bailarinas del bar de Nicky, pero se muestra ante el mundo junto a Anamaria, una chica de buena familia y con una dote considerable.

Cabe destacar el hecho de que los actores que interpretan a los protagonistas principales, Victoria Răileanu (Daria) y Adrian Ștefan (Dan) son nuevos para el público. Sin embargo, además de otros actores elegidos mediante el casting, también están presentes caras conocidas de otras telenovelas. Entre las figuras destacadas recordamos a Alexandru Papadopol, cuya actuación se pudo ver en telenovelas como *Sólo el amor* y *Los pecados de Eva*, mientras que Elvira Deatcu y Constantin Cotimăniș fueron presentes también en el reparto de la telenovela *Lágrimas de amor*.

En lo que concierne el rodaje, las escenas de interiores prevalecen, igual que en el caso de las demás telenovelas rumanas producidas anteriormente. Las casas de las familias Nichita y Novac fueron construidas en el plató especialmente para esta telenovela, mientras que dos otras casas ya existentes en los estudios de MediaPro fueron modificadas en adecuación con las necesidades de esta telenovela. Cada

decorado tenía entre 200 y 300 metros cuadrados. Además de estos espacios contruídos, otra superficie de plató con unas dimensiones de aproximadamente 500 metros cuadrados albergó las oficinas del Casino. En cambio, las escenas tomadas dentro del Casino se rodaron en un casino verdadero que existe en realidad en la capital rumana.

La canción del inicio de la telenovela, con el mismo título, es interpretada por Adrian Ștefan, el protagonista principal que actúa en la telenovela como miembro del grupo de rock-punk *Pistol cu capse / La grapadora*, que fue fundado en 2003 en Bucarest. La canción de los créditos, *Iubirea mea / Mi amor* fue compuesta por Marius Moga, también autor de las canciones de *El secreto de María* y *Amor como en las películas*. Fue interpretada por una conocida cantante rumana, Loredana Groza, que actúa por primera vez en una telenovela, interpretando el papel de Vanda –también cantante en esta telenovela.

En cuanto al *feedback*, *Daria, mi amor* es considerada la primera telenovela interactiva producida en Rumania (“*Daria, iubirea mea*” este prima telenovelă interactivă”, s.f.), a raíz de la participación del público en el desarrollo de la trama. Los espectadores tuvieron la ocasión de expresar sus opiniones de manera directa, a través del foro de la página web del canal *Acasa TV*, mediante encuestas creadas por los productores. Los resultados de dichas encuestas determinaron que la historia prosiguiera de acuerdo con el deseo de la mayoría. En este sentido, el público tuvo la ocasión de votar entre Andy y Dan como novio preferido para Daria, siendo el resultado de un 80% a favor de Dan. Otra situación en la que el público pudo decidir el seguimiento de la historia fue en el caso de una confrontación importante entre los magnates Alexandru Nichita (Adrian Pinte) y Nicky Novac (Constantin Cotimăniș), que cambiaría de manera relevante la relación entre ellos y la interacción con otros personajes. Alex Nichita decide que es el momento de apostar todo en una sola carta. Convoca a su enemigo, Nicky, al que le propone un juego de cartas –imaginado como un juego del destino, cuyo resultado fuera decisivo y esclarecedor para la situación entre ellos. Alexandru pondría en juego su casino y Nicky su club. La simpatía del público inclinó la balanza a favor del primero, lo que hizo que la relevancia de su papel de hasta entonces se mantuviera también en los siguientes capítulos. Otras preguntas de las encuestas apuntaban hacia qué era lo que más gustaba de la telenovela al público. Entre las variantes de respuesta se encontraban: 1) la dirección / el montaje; 2) el guión / la historia / la acción; 3) la música de las telenovelas / la canción principal; 4) la pareja

Victoria Răileanu / Adrian Ștefan (Daria y Dan; 5) los actores Adrian Pinte (Alex Nichita) / Constantin Cotimăniș (Nicky Novac) / Elvira Deatcu (Alice Avram) / Alex Papadopol (Andy Nichita); 6) Andreea Bibiri (Silvia) / Andreea Doinea (Rita) / Monica Dumitru (Anamaria); 7) otros actores de papeles secundarios: (Tora Vasilescu, Sebastian Papaiani, Vladimir Gaitan, Gelu Nitu etc.); 8) el hecho de que es una producción rumana con actores rumanos; 9) otro actor / personaje específico (“Acasa Forum”, s.f.). De todas las posibilidades de respuesta, el porcentaje más elevado, de 24% de los votos ha sido a favor de la pareja Daria – Dan, lo que ha confirmado la pertinencia de la elección de los productores en cuanto a los protagonistas principales. Los personajes Alex Nichita, Nicky Novac, Alice Avram y Andy Nichita han conseguido un 22% de la simpatía del público, mientras que el hecho de que la telenovela fuera una producción rumana con personajes rumanos no tuvo tanta importancia como se esperaba, llegando apenas un 6% del interés de los rumanos seguidores.

Daria, mi amor se suma a las demás producciones rumanas que consiguen imbricar el modelo latinoamericano de telenovela con situaciones de la realidad del país y, en especial, de Bucarest. Aquí, la transición a un mundo capitalista desvela luchas acerbadas generadas por intereses económicos, que van más allá de los lazos de sangre, desafiando las leyes de la moralidad.

5.4.8 Îngerașii / Los angelitos

Îngerașii / Los angelitos (2008-2009) (Ver anexo 13) (Ver tráiler 6), contando con 175 capítulos rodados durante 11 meses y con una duración de 60 minutos por capítulo, fue emitida desde el 15 de septiembre de 2008 hasta el 24 de julio de 2009. Presentada por *Acasa TV* en horario estelar, de 19:28 a las 20:31, fue inicialmente programada de lunes a miércoles. Bajo petición del público, a partir del 2 de marzo de 2009, esta telenovela pasó a emitirse también los jueves. Más adelante, el 1 de mayo, el incremento en las audiencias de la telenovela determinó a los productores incorporar también el día de viernes, que se mantuvo hasta el final de la serie.

Las telenovelas protagonizadas por niños tienen una larga tradición en las narrativas de ficción televisiva latinoamericana, lo que consideramos que fue un factor resolutivo en la decisión de la productora rumana *MediaPro Pictures* de realizar una

telenovela nacional como *Los angelitos*. Se trata, pues, de una comedia romántica, que cuenta con una temática construida en torno al mundo infantil y su relación con el mundo adulto, acercándose considerablemente, desde este punto de vista, a algunas telenovelas mexicanas: *Carrusel*, *¡Vivan los niños!* y *Carita de ángel*, producidas por Televisa en los años 1989, 2000 y 2003, respectivamente. *Carrusel* es, igual que *Vivan los niños*, una adaptación de la telenovela argentina con el título *Señorita maestra* (1983-1985), a su vez inspirada por la telenovela *Jacinta Pichimahuida, la maestra que no se olvida* (1966-1968, Argentina). El éxito de la producción *Señorita maestra* generó otra telenovela en Brasil, que fue creada por una cadena de televisión brasileña, *Sistema Brasileiro de Televisão (SBT)* más recientemente (2012), bajo el *Carrossel*, siendo así *remake* de la primera versión mexicana. *Carita de ángel* también fue concebida a raíz de una telenovela mexicana transmitida a mediados de los años 70, *Mundo de juguete*, esta última inspirada por la telenovela argentina de 1973, *Papá corazón*.

Dirigida a toda la familia, *Los angelitos* tiene un tema fácil y divertido, invitando al público retornar a su infancia, introduciéndose en el mundo de los niños y disfrutando de sus travesuras. Aunque muestre similitudes temáticas con las producciones latinoamericanas mencionadas más arriba, la originalidad de esta telenovela rumana reside en una historia que nace a partir de una visión abierta en cuanto a la inversión de los roles hombre-mujer en el hogar, no solo con respecto al cuidado de los niños, sino que también a la repartición de las responsabilidades dentro de la familia.

En Rumania, la tendencia cada vez más marcada de inclusión del hombre dentro de las actividades del hogar es una realidad que se ha ido concretando en la sociedad rumana una vez con su avance en el camino de la democracia. Esta tendencia es notable en comparación con el periodo anterior marcado por el comunismo, más tradicionalista en cuanto a las mentalidades, donde el hombre se implicaba en menor medida en el cuidado de los niños. La mujer, aunque estuviese presente, al igual que el hombre, en el mundo laboral, se dedicaba con predilección a las actividades caseras y a la educación de los niños.

Por lo tanto, la historia insólita e interesante de un hombre que se convierte en canguro, mientras que la madre de los niños tiene un cargo importante y de mucha responsabilidad, podría sonar sorprendente incluso para una sociedad con una larga tradición en el cuidado de los niños por los hombres, en la misma medida que por las

mujeres, pero todavía más para la sociedad rumana, donde la responsabilidad del cuidado de los niños recae, como decíamos, sobre los hombros de la mujer.

El personaje de Lia Damian, interpretado por Adela Popescu, ya conocida por el público rumano por su presencia en la escena de otras producciones de *MediaPro*, representa a una mujer joven, de apenas 25 años, que es madre de dos niños: Codin y Carina. Aunque para los países occidentales este personaje sorprendería por su edad y, al mismo tiempo, por las responsabilidades que tiene tanto en el ámbito profesional y familiar, para Rumania es un caso bastante común –aunque cada vez menos– en cuanto a la edad joven a la que se suelen casar las mujeres en este país. Además, en el caso de las mujeres, los empleos de alta responsabilidad en empresas han aumentado considerablemente una vez con el avance del proceso de transición y, al mismo tiempo, del capitalismo en un país en vías de desarrollo. Este acercamiento a la realidad rumana hace que las espectadoras se identifiquen con la protagonista y se vean reflejadas, poniéndose en su situación de madre soltera. El divorcio de la protagonista del hombre seductor, pero sin escrúpulos, del que se ha habido enamorado perdidamente durante sus estudios universitarios, le había hecho pensar que el amor es un capítulo cerrado. Pero a pesar de la experiencia dura vivida, Lia es sensible y vulnerable ante los problemas que tiene que enfrentar como mujer y madre. Su trabajo como productora ejecutiva en una casa de producciones audiovisuales le hace intentar compaginar su rol de madre y de empleada, aunque lo consigue por poco tiempo. La forma de ser excesivamente protectora de Lia y su exigente carrera hace que el tiempo que les puede dedicar a sus hijos sea limitado, por lo que encuentra como solución confiarles a una canguro. La tarea de escoger a una persona adecuada y, sobre todo, de confianza se vuelve extremadamente difícil, después de haber despedido a ocho canguros en una semana.

Tudor Apostol, personificado por Ioan Isaiu –conocido por su protagonismo en telenovelas como *El secreto de María* y *La Voz del Corazón*, parece ser la opción más conveniente y la solución al problema de Lia, aunque al principio sea objeto de su desconfianza. Tudor llega en la vida de Lia justo en el momento en que estaba convencido de que ser feliz le estaba prohibido. Viudo de muy joven, decidió casarse con otra mujer para construir una familia para su hija, Mirela. Pero su segunda mujer le echa de la casa justo cuando se queda sin trabajo. Ante la incertidumbre de la vida laboral en el contexto capitalista, que es un aspecto de la realidad contemporánea rumana muy bien reflejado a través de esta telenovela, se da la insólita situación de un hombre que llega a trabajar como canguro, aunque su preparación profesional a través

estudios superiores sea completamente distinta. Encontrándose en una situación de apuro como padre soltero, el encuentro casual con Lia Damian le ofrece la oportunidad de hacer algo que nunca pensaba que fuera posible desde su posición profesional de ingeniero: ser canguro de los “angelitos”.

Los “angelitos”, Codin (Ionuț Bora) y Carina (Jenifer Dumitrașcu), de seis y respectivamente cinco años de edad son compañeros de travesuras. Codin es un niño inteligente y sensible, mientras que Carina heredó la belleza de su madre y su expresividad artística. Los dos son muy unidos y actúan como un equipo en todas las situaciones que les enfrentan al mundo adulto. Consiguieron asustar a los canguros previamente contratados con su madre, pero con Tudor la situación cambia. Él, padre a su vez, sabe como ganar el respeto y el cariño de los hijos de Lia. Las circunstancias hacen que los dos se acerquen, se enamoren y formen una familia feliz, junto a sus niños, constituyendo éste el final feliz de la telenovela.

El rodaje de la telenovela se concentra en escenas de interiores. Sin embargo, el paisaje de montaña de entorno típico rumano queda reflejado por las imágenes grabadas en el balneario montañoso Cheia, situado a aproximadamente 150 km de Bucarest, en el departamento de Prahova. La vista de escenas de exterior tomadas en una locación conocida por el público rumano ayuda a crear un vínculo de proximidad.

La canción de la telenovela con el título *Los Angelitos*, igual que en el caso de la mayoría de las telenovelas protagonizadas por la actriz y cantante Adela Popescu, es interpretada por ella misma. Fue compuesta por Florin Grozea, miembro del grupo musical *Hi-Q* y se estrenó poco antes del inicio de la telenovela, en la emisión transmitirá por *Acasa TV*, *Poveștiri de noapte / Cuentos nocturnos*.

En términos de popularización de esta telenovela, *MediaPro* firmó un contrato de colaboración con la empresa de papelería rumana *Pintexim*, con los que desarrolló una estrategia de marketing basada en la venta de cuadernos y accesorios escolares con las figuras de *Los angelitos*. Esta estrategia, relacionada a un concurso de fidelidad para el público fue empleada también en el caso de la telenovela *Regina*, por lo cual volveremos a tocar este tema más adelante, en el desarrollo del análisis correspondiente a *Regina*.

Esta telenovela se construye como un producto híbrido, tomando su inspiración temática de producciones exitosas latinoamericanas. El cambio que opera al guión original se refiere al modelo de familia que hubiera sido habitual durante el periodo comunista. Aunque sea una comedia romántica, en vez de presentar las situaciones poco

convencionales mediante un tono irónico, bromista, esta telenovela adopta más bien un tono de consejo. Constituye, al mismo tiempo, un modelo de comportamiento que se espera a tener eco en las familias como conjunto, que representan el público objetivo de esta telenovela. La evolución de la sociedad rumana en cuanto a la mentalidad respecto a este tipo de asuntos familiares se ve, por lo tanto, reflejada en *Los angelitos*.

5.5 Telenovelas rumanas (2007-2009) inspiradas por el modelo brasileño de telenovela

Definimos como modelo brasileño de telenovela a aquel modelo que presenta “una vida cotidiana más cercana a la del espectador” (Simões Borelli, 1997: 170), desde un enfoque realista y enmarcado en un contexto histórico y socio-cultural que permite, la mayoría de las veces, la inserción de mensajes con contenido social y educativo en las telenovelas. En cuanto al modo de producción, a las telenovelas brasileñas se les dedica un especial cuidado, hasta el más mínimo detalle, destacándolas de las demás telenovelas por su alta calidad, apreciada por los mercados compradores, entre ellos Rumania. Dentro de las producciones rumanas, pudimos identificar cuatro telenovelas que se ajustan a este modelo en términos de estructura formal, de elementos de contenido y modos de producción.

A diferencia del modelo mexicano, más centrado en la expresión melodramática de las emociones, el modelo brasileño se caracteriza por una preocupación constante para resaltar temas sociales que incumben a toda una nación en su conjunto. Entre estas temáticas se encuentra el respeto a las etnias y a las religiones. Obedecen una lógica del relato de ficción inspirado de la realidad, que hace que estos asuntos sean percibidos de una forma más cercana.

Así, problemáticas aparentemente ignoradas, respecto de las cuales las políticas públicas o los medios de comunicación no han logrado desencadenar la reacción esperada en los ciudadanos, encuentran una vía de divulgación en la telenovela. Por esta vía, las audiencias se posicionan y reflexionan sobre historias de amor, que separan y al mismo tiempo acercan mundos distintos. El amor aparece como tema central y al mismo tiempo estratégico presentado en un cierto contexto social y cultural. El público vive las historias, se identifica con ellas, volviéndose receptivo frente a las problemáticas presentadas.

5.5.1 *Inimă de țigan / Corazón de gitano*

Concebida en el mismo año de la entrada de Rumania en la Unión Europea, *Inimă de țigan / Corazón de gitano* (2007-2008) (Ver anexo 14) (Ver tráiler 7) es, junto a su *spin-off*, *Regina*, la producción más exitosa en términos de audiencia que ha creado *MediaPro Pictures* (Ver anexo 5). Emitida entre las fechas 1 de octubre de 2007 – 28 de mayo de 2008, de lunes a jueves, *Corazón de gitano* se ha convertido en un verdadero fenómeno en Rumania, a lo largo de sus 155 capítulos, con una duración de 45 minutos cada uno. *Corazón de gitano* es la expresión del éxito de una de las más seguidas producciones de telenovelas de Rumania. Debido a su éxito, los productores decidieron que, a partir del 27 de noviembre, las audiencias disfrutarían de dos capítulos seguidos de la telenovela cada jueves, de 20:30 hasta las 22:00. Luego, a partir del 1 de febrero se pasó a emitir dos capítulos, de lunes a jueves (“Din 1 februarie”, 2008).

Durante los ocho meses de difusión de la telenovela, el público de *Acasa*¹⁷⁹ estuvo delante de las pantallas cada tarde, en horario estelar de emisión de la telenovela, de lunes a jueves a partir de las 20:30, para no perderse las réplicas de *State* y de *Flacăra* –personajes de la telenovela– y para descubrir lo que pasaba con Codruț y con Irina –los protagonistas de la misma. Los rumanos también descubrieron, a través de esta telenovela cómo se vive en la *șatră*¹⁸⁰, según las tradiciones gitanas.

En un ambiente marcado por especificidades culturales, lingüísticas y etnográficas de la *șatră* –el pueblito gitano– surge un amor condenado por la sociedad rumana, entre una rumana de buena familia y un gitano. La presentación realista de la vida del pueblito gitano tiene un papel bien definido en la telenovela: el de introducir al espectador rumano e internacional en un mundo prácticamente desconocido y de difícil alcance, la mayoría de las veces por culpa de los prejuicios existentes en la sociedad rumana en contra de los gitanos (Fleck y Rughinis, 2008).

Para contextualizar esta realidad social, conviene abrir una paréntesis sobre la situación de la etnia gitana en Rumania y su evolución a lo largo del proceso de transición del periodo comunista y el capitalista, marcada por (des)encuentros entre su

¹⁷⁹ *Acasa* se refiere al canal *TV Acasa*, pero al mismo tiempo, “*acasa*” en rumano significa “en casa”. En este caso, la palabra está utilizada en los ambos sentidos.

¹⁸⁰ Pequeño pueblo habitado por reducidos efectivos de población gitana en Rumania.

estructura de organización más tradicionalista, sin leyes escritas y basada en usos y costumbres y el cambio impuesto por la sociedad en su conjunto.

Es relevante mencionar que la temática relacionada con los gitanos ha estado presente también en la literatura rumana y en el cine. Así, en la historia de la literatura rumana, la etnia gitana sirvió como motivo de inspiración para la primera epopeya rumana, obra maestra del iluminismo rumano, conocida con el título de *Tiganiada / El campamento de los gitanos* y publicada en 1877. La epopeya tiene una temática alegórica, con tendencias satíricas antifeudales y anticlericales. La película soviética *O șatră urcă la cer / El campamento sube a los cielos* (1975), realizada por el guionista y director de películas, el moldavo Emil Loteanu. La película presenta la historia de amor entre una gitana guapa, Rada y el ladrón de caballos, Luiku Zobar, estando inspirada en la novela de Maxim Gorki - *Маяк Чудра / Makar Ciudra* (1892). Como veremos más adelante, esta película servirá como fuente de inspiración para Loredana Groza, quien adaptará a partir de las canciones de la película parte de su repertorio musical para la telenovela *Corazón de gitano*.

Para ofrecer un panorama étnico de la población en Rumanía¹⁸¹, cabe mencionar algunos datos con respecto a su composición étnica. Así, el 89,5% de la población es rumana, un 6,6 % magiar (húngara), un 2,5 % gitana, un 0,3% alemana, un 0,3% ucraniana y el 0,8% restante pertenecen a otros grupos étnicos (Fleck; Rughinis, 2008: 9).

Aunque las cifras oficiales del último censo de la población del año 2002 estimen un número de 535.140 habitantes que se declararon de etnia roma, constituyendo el 2,5 % del total de la población de Rumania, la cifra real sería, según cálculos de otros organismos, entre un millón y medio y dos millones de individuos. (Villareal, 2008: 34) Según un estudio más profundizado del Instituto de Investigación sobre Calidad de Vida, las estimaciones llegan hasta más de 1 millón y medio en 1999, lo que representaría un 6,9% del total de la población (Ionescu; Cace, 2006: 13; Ringold *et al.* 2005: 91).

La situación de los gitanos en Rumania empeoró sobre todo después de la caída del comunismo, régimen que favorecía el estatuto de igualdad de todas las etnias que

¹⁸¹ Ada Engebriksen ofrece en su libro *Exploring gypsiness: power, exchange and interdependence in a Transylvanian village* (2009: 3, 5) un panorama de la diversidad étnica de Rumania, haciendo hincapié en las minorías étnicas más representativas: húngara, gitana y alemana.

componían la población, aunque no las reconociera reconocerlas como tal. En un clima de incertidumbre política y social característica a la transición de los años 90, los sentimientos anti-gitanos emergieron con violencia. Se puede afirmar entonces que el periodo post-comunista ha estado cargado de cambios y de paradojas: por un lado, el reconocimiento de su identidad política y cultural y, por otro, la marginación de esta comunidad. El círculo vicioso de la pobreza y del bajo nivel educativo genera estereotipos negativos y discriminación que se retroalimentan, echando a la población gitana a las márgenes de un abismo de ignoración y rechazo (Villareal, 2008: 51).

Consideramos que un factor que actúa en contra de la integración de la población gitana en Rumania es su estructura heterogénea a nivel de etnia. Así, la división interna de las comunidades romas hace que éstas formen grupos heterogéneos, a menudo encontrados en cuanto a modos de vivir. Algunos son nómadas, otros sedentarios, algunas familias hablan la lengua roma mientras que otras solo hablan el rumano o el húngaro. La mayoría declaran que son gitanos, pero otros ocultan sus orígenes. (Ringold *et al.* 2005: 28) Parte de ellos perpetúan sus tradiciones, mientras que otros se han asimilado a la población rumana por su propia voluntad. Hay familias que viven agrupadas y otras que se han diseminado entre la población mayoritaria (Crețan, 2007: 28).

Con la fundación en 2001 del *Oficio Nacional para los Gitanos*, el Gobierno de Rumania adopta una estrategia de mejora de la situación de los gitanos para facilitar su integración al resto de la población. Sin embargo, la situación de los gitanos de Rumania no es un caso particular, siendo similar a otros países de la región (Stewart, 1997: 56-57).

En Rumania, la población de gitanos en su gran mayoría no tiene ninguna profesión y sólo la quinta parte del total son asalariados. El Estado intenta conseguir una implicación más alta por parte de la población, a través de campañas mediáticas de información, que tienen como objetivo romper con los estereotipos culturales y con todas las formas de discriminación en contra de la población gitana (Crețan, 2007: 28).

Con el reto de la entrada de Rumania en la Unión Europea en 2007, las políticas públicas incorporaron estrategias para la mejora de la situación de los gitanos y para su integración eficaz al resto de la población (Ionescu; Cace, 2006). Aún así, en el contexto actual, la situación de los gitanos no es fácil, sino que más bien compleja, combinando varios factores de índole económica y social. Aunque el asunto del componente étnico

no puede ser dejado de un lado, éste deriva de los problemas engendrados por la transición económica en Rumania (Crețan, 2007: 30).

La Comisión Europea continuó presionando y asignando recursos financieros durante estos años para que el gobierno dispusiera medidas para mejorar la situación de los roma y aumentar su protección frente la discriminación y el racismo. [...] las posturas de la población mayoritaria son más suaves hacia los roma según revelan encuestas más recientes y el nivel de violencia contra los roma está lejos del que se produjo en los años noventa. Pero los roma siguen siendo el grupo más desfavorecido de la sociedad rumana y la percepción de que una imagen pobre de Rumania en el exterior se debe a los migrantes romaníes saltó de nuevo a la primera plana con motivo de las sucesivas crisis de los roma rumanos en Italia¹⁸² desde otoño de 2007 (Villareal; Ruiz, 2008: 38).

Esta contextualización del rodaje de *Corazón de gitano* implica igualmente señalar que la producción se realizó de forma simultánea a las oleadas masivas de expulsión de gitanos rumanos de campamentos ilegales establecidos en los territorios de Francia e Italia (Ventura *et al.*, 2013).

El problema social de los gitanos en Rumania como realidad internacionalmente conocida se convierte entonces en tema de telenovela, presentándose al público rumano bajo un formato de entretenimiento. De esta forma, el público se acerca indirectamente al contexto social de la telenovela, a través de la historia de amor presentada en primer plano. Más precisamente, la telenovela se construye alrededor de la temática de la reivindicación de identidades y de la integración de identidades marginadas, tendiendo como tema central la historia del amor prohibido entre Irina y Codruț, dos jóvenes que pertenecen a dos mundos distintos, que se han enamorado y que harían todo por estar juntos, aunque, según la tradición gitana, el destino de Codruț sería casarse con otra mujer. Así, dos mundos casi imposibles de encontrarse en circunstancias habituales de la vida real, encuentran sendero común en la telenovela. El amor de los protagonistas,

¹⁸² La investigación llevada a cabo por la Oficina de Instituciones Democráticas y Derechos Humanos (OIDDH) y la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE) con el título “The Latest Public Enemy: Romanian Roma in Italy” (Sigona, 2008) aporta información contextualizada sobre los eventos del otoño de 2007 relacionados a la población gitana rumana asentada en cuatro de las ciudades más importantes de Italia: Milán, Boloña, Roma y Nápoles.

culturalmente distintos pero sentimentalmente similares, supera finalmente cualquier prejuicio.

En este contexto socio-político, el “drama del reconocimiento” al que se refiere Martín-Barbero (1995b) viene ilustrado por el personaje Codruț, que representa a toda una comunidad que trata de identificarse culturalmente y étnicamente dentro de un país donde se tiene que enfrentar con los prejuicios y con la discriminación. Sin embargo, el caso de Codruț, que llega a ser un médico apreciado gracias a sus propios esfuerzos e indiferentemente de su condición étnica, demuestra que el valor personal es el que finalmente sale a luz y es apreciado.

Por su verosimilitud, los hechos a los que se enfrentan los protagonistas pueden determinar una identificación, un reconocimiento de los espectadores en los personajes y en las formas como ellos actúan frente a las diversas situaciones presentadas en la telenovela. Gracias a la presentación de un contenido temático de interés social a través de la telenovela como medio de entretenimiento, la telenovela consigue crear un espacio de proximidad y de observación desde cerca de la vida de tales comunidades, dando lugar a una mejor comprensión de las costumbres y prácticas específicas a un grupo étnico que de otra manera quedarían desconocidas.

Reconstituir este entorno de la forma más cercana posible a la realidad puede ser la razón por la que los realizadores de la telenovela han invertido un alto presupuesto en decorados y trajes tradicionales. Los decorados y los trajes reflejan el mundo del campamento gitano, mientras que el rigor de la documentación sobre las costumbres y las formas de vida tradicionales gitanas que hay detrás de la producción hace esta telenovela digna de ser equiparable a las telenovelas brasileñas. Las más de 300 piezas de vestir, en su mayoría trajes tradicionales gitanos hechos a partir de modelos originales, conjuntadas con abundante bisutería que imita las joyas auténticas, junto a los decorados confeccionados especialmente para la telenovela (casas con pequeñas torres, caravanas y carros) tienen como objetivo ofrecer realismo a los lugares y a los personajes.

Además de la participación de actores con experiencia de actuación en telenovelas, en el reparto aparecen también nombres de actores¹⁸³ famosos de cine y de

¹⁸³ Gheorghe Dinică, Marin Moraru, Gheorghe Visu, Florin Zamfirescu, Florina Cercel, Carmen Tănase, Eugen Cristea, Vladimir Găitan, Natașa Raab, Virginia Rogin, Eugenia Șerban, Mihai Călin sau Dorel Vișan.

teatro, igual que ocurre en otras series rumanas previas. La presencia de un personaje exótico, interpretado por Cabral Ibacka el presentador de la emisión *Poveștiri de noapte / Cuentos nocturnos*, emitida por el canal *Acasa TV* resulta bastante sorprendente para el guión de la telenovela. Aprovechando los rasgos físicos de mulato del actor rumano de orígenes congoleños, el director de la telenovela Iura Luncașu le atribuyó el papel de guardaespaldas del jefe del campamento de gitanos en el personaje Thierry, un africano emigrado en Francia, que aprendió a hablar rumano gracias a los gitanos rumanos que había encontrado en París. Para entrar en la piel de su personaje, Cabral tuvo que adelgazar, ir al gimnasio y cuidar su acento francés al hablar en rumano y su vocabulario, que incluía algunas palabras inventadas por el director de la telenovela (“Cabral, bodyguard marocan”, 2007).

Una particularidad de *Corazón de gitano*, en la que se refleja un aspecto de hibridismo de la producción, es que cuenta con la participación de una actriz de telenovelas de talla internacional, que acudió a Rumania especialmente para actuar en esta producción. Invitada por el canal *Acasa TV*, Edith González, la intérprete de *Salomé* (2001-2002, *Televisa*, México) viajó a Rumanía para rodar, entre el 19 y el 23 de abril, algunos capítulos de *Corazón de gitano*. Las guionistas de la telenovela, Simona Macovei y Sorina Ungureanu, crearon un papel especial para la actriz mexicana, en el personaje de Diana de Aragón, que llega en el campamento gitano con la intención de realizar una película sobre la vida de los gitanos, ofreciéndoles en cambio dinero. Ella se expresó en español, utilizando a una intérprete que tradujo sus palabras a los gitanos. La actriz, apodada también “la reina mexicana de las telenovelas”, estuvo encantada con su experiencia de actuar en una producción rumana: “Estoy muy emocionada y me alegro mucho de volver a Rumania. Vengo para el público rumano, que me mostró tanto afecto a mi y a mi hija, Constanza. Los quiero mucho” (“Esperan a Edith González en Rumania”, 2007).

Otro aspecto relevante en cuanto a la similitud que *Corazón de gitano* presenta con las telenovelas brasileñas, cabe mencionar el hecho de que temáticas relacionadas con las diferencias culturales, la discriminación y la integración social se encuentran también en la producción brasileña *El Clon*, por ejemplo. En esta telenovela, el choque cultural entre el mundo tradicional marroquí, caracterizado por limitaciones impuestas por la religión musulmana y su contraparte reflejada la sociedad abierta de Brasil, se puede equiparar al choque cultural entre el mundo gitano, gobernado por propias leyes tradicionales –por ejemplo, el matrimonio concertado. Tanto en la sociedad marroquí

como en la sociedad gitana, este tipo de matrimonios son típicos, mientras que según la mentalidad brasileña o rumana, este tipo de uniones se realizan sólo de acuerdo con la decisión de propia pareja. Otro ejemplo relevante, relativo a la integración social, se ve reflejado por la familia marroquí que emigra a Brasil, donde encuentra dificultades para ajustar su vida y encajar en la sociedad brasileña. Sus costumbres musulmanes incomprendidas provocan cierto rechazo por parte los vecinos brasileños. De la misma forma, en el caso de *Corazón de gitano* observamos dificultades de integración parecidas, causadas por las diferencias en cuanto a organización y modos de vida en el campamento gitano. Aunque en el caso de *El Clon* se trate de dos países distintos: Marruecos y Brasil, consideramos que una forma de choque cultural bastante similar se puede dar también en Rumania, en las condiciones en las que la étnia gitana forma parte del pueblo rumano.

Es interesante mencionar el hecho de que, por la primera vez en la televisión rumana, una producción tal como la telenovela *Corazón de gitano* muestra escenas ambientadas en el extranjero. En este caso, se trata de una de las ciudades más cosmopolitas del mundo: París. El rodaje de las escenas en la capital francesa duró 3 días y se desarrolló, en gran parte, cerca de la Torre Eiffel, que se volverá el ícono de la internacionalización de la telenovela rumana. Las principales razones de haber elegido esta locación fueron el romanticismo, la belleza y la fama de la ciudad (“Pentru trei zile Parisul”, 2007). El nombre de la ciudad de París aparece en la trama de la telenovela en relación con la formación universitaria de Roza (Nicoleta Luciu), hija de un gitano rico, State Potcovaru (Gheorghe Visu), que es, según las leyes gitanas, predestinada para casarse con Codruț. La idea de aparentar frente a otros gitanos mediante la ostentación de riquezas materiales que hacen que los hijos puedan recibir alta educación en centros prestigiosos, viene reflejada en la telenovela, en primer lugar, mediante el detalle de los estudios de Roza. En segundo lugar, el viaje de los gitanos a París tiene doble finalidad: por un lado, demuestra su capacidad adquisitiva, y por otro lado, pretende atraer un alto número de espectadores.

También la música de la telenovela ha sido cuidadosamente escogida, pues su historia llega a los espectadores en los ritmos musicales de la canción *Șatra în asfințit / El campamento en la puesta del sol*. Se trata de una canción con marcadas influencias gitanas que tiene su origen en la canción tradicional gitana *Floare alba, floare neagra / Flor blanca, flor negra*, del compositor rumano Eugen Doga, que se escuchó en la película soviética del 1975 – *O șatră urcă la cer / El campamento sube a los cielos*, por

su título original ruso *Табор уходит в небо*, cuyo director es el moldavo Emil Loteanu. La artista rumana que interpreta la banda sonora de la telenovela es Loredana Groza, que también actuó como actriz y cantante en otras producciones telenovelísticas previas, como *Daria, mi amor*. Con versos escritos por Florin Busuioc y junto al grupo musical *Connect-R*, Loredana realiza una adaptación de la canción original de Doga de acuerdo con la atmósfera de *Corazón de gitano*. Además de la banda sonora, adapta también otras canciones del mismo compositor, que se escucharán a lo largo de la telenovela. La cantante justifica su elección de la siguiente manera:

Am luat cântecele lui Eugen Doga din “Șatra”, le-am remixat într-o formulă contemporană, am pus un pasaj de rap, orchestrația este foarte groovy și dansabilă. Am înregistrat piesele împreună cu orchestra mea “Agurida”. Vreau ca toată muzica să aibă amprenta pasiunii și a iubirii, să reușesc să exprim într-un fel cât mai potrivit atmosfera și personajele din telenovelă. Ele m-au inspirat și m-au dus spre această abordare¹⁸⁴ (“Loredana a lansat videoclipul piesei”, s.f.).

El *feedback* del público tuvo eco a través de los votos acordados al mejor gitano de la serie y a través del concurso organizado a través de la página web de *Acasa TV*. El concurso, desarrollado entre las fechas 18 de abril – 1 de junio de 2008, prometía un gran premio consistiendo en un auto todoterreno a aquel seguidor fiel que estuviera capaz de demostrar su fidelidad mediante la contestación de una pregunta por capítulo, enviando un mensaje de texto a un número de teléfono con tarificación adicional.

En términos de audiencia, según los datos de las compañías *TNS / AGB Internacional* y *GfK Rumania*¹⁸⁵ (“GfK Romania”, s.f.), de los 155 capítulos emitidos

¹⁸⁴ He retomado las canciones de Eugen Doga de “El campamento” y las he traspuesto en una fórmula contemporánea, he puesto un fragmento de rap, la orquestación es muy groovy y bailable. He grabado las canciones con mi orquesta “Agurida”. Quiero que toda la música tenga el sello de la pasión y del amor, para así conseguir expresar de la forma más adecuada la atmósfera y la esencia de los personajes de la telenovela. Ellos me inspiraron hacia este abordaje (traducción de la autora).

¹⁸⁵ Fundado en 1992, *GfK Romania* es parte del grupo *GfK* de origen alemán, una de las mayores organizaciones de investigación del mercado mundial. Este grupo, que lleva 8 años en Rumania en el campo de la investigación de mercados, ha ido consolidando su posición en el sector de la investigación de la televisión global. En este país está encargado de medir los índices de audiencia televisiva oficial en Rumanía inicialmente durante cuatro años, a partir de enero de 2008.

durante el periodo comprendido entre el 1 de octubre de 2007 y el 28 de mayo de 2008, el 80% fueron líderes de antena entre las mujeres con edades comprendidas entre 15-49 años del medio urbano. Más precisamente, con 124 episodios de los 155, la cadena *Acasa TV* fue líder de audiencias en el horario de difusión de la telenovela *Corazón de gitano*. Sólo el 17% del número total de capítulos ocuparon el segundo lugar en las audiencias a nivel nacional, mientras que el 3% ocupó el tercer lugar (“ACASĂ a surclasat orice televiziune concurentă”, s.f.).

El capítulo que se transmitió el 21 de mayo de 2008, que presentó el tema de la donación de órganos –muy controvertido en la sociedad rumana– reunió delante de la pantalla a 1.300.000 de personas de todas las edades en el medio urbano, logrando para *Acasa TV* un índice de audiencia de 11,6 puntos, según datos estadísticos de la misma compañía *GfK Romania* (“Transplantul de organe”, n.d).

La temática de la donación de órganos aparece en la telenovela como un elemento traumático, desencadenante de una gama variada de emociones encontradas. La componente trágica, tanto para la familia rumana, como para la familia gitana, la constituye la entrada en muerte cerebral de Giuvaeru (Lucian Viziru), el hermano de Codruț. La situación se vuelve aún más dramática cuando Codruț, que ya había cumplido con su sueño de ser médico cirujano, tiene la obligación moral de respetar el código de la ética médica. La necesidad que tiene el padre de Irina, Gigi Dumbravă, de una operación urgente de trasplante de corazón desencadena una lucha interior en Codruț, entre su deber de salvar una vida y su estado emocional, determinado por el hecho de que el donante del corazón para el trasplante era su propio hermano. Esta decisión se ve dificultada aún más por el hecho que el corazón de Giuvaeru salvaría la vida de alguien que odiaba a los gitanos.

Corazón de gitano llegó a ser hasta competidora directa del fútbol. Según datos de *GfK Romania*, el miércoles 6 de febrero, entre las 20:30 – 21:55, *Acasa TV* fue líder de audiencia con la telenovela *Corazón de gitano*, durante el mismo intervalo horario cuando se transmitió en directo en el canal nacional *TVRI* el partido de fútbol entre Rumania e Israel. Durante este intervalo, *Corazón de gitano* ha registrado audiencias más altas que el partido de fútbol y *Acasa TV* ocupó el primer lugar en el top de las audiencias (““Inimă de țigan” a bătut meciul”, s.f.).

A este punto, cabe mencionar que, aunque existan telenovelas latinoamericanas como *Kassandra* (1992-1993, *Coral producciones*, Venezuela), *Romané* (2000, *TVN*, Chile) – que inspiró la telenovela mexicana *Gitanas* (2004, *Argos Comunicación* /

Telemundo, México / Estados Unidos) o *Soy gitano* (2003, *Canal 13*, Argentina), basadas en historias construidas en torno a la población gitana, estas producciones se inspiran en unas realidades culturalmente distintas a aquella presentada en *Corazón de gitano*, que genera proximidad con el público rumano a través de la presentación de realidades presentes en la contemporaneidad del espacio nacional.

Corazón de gitano no supone solamente una historia sobre la vida, traición, amor y prejuicios, sino que también un trabajo asiduo de producción financiado a través de una inversión financiera de proporciones. Realizada según un escenario original, la telenovela presenta un mundo inspirado de la realidad cotidiana y construido minuciosamente. A partir de los decorados pintados manualmente, los trajes tradicionales y las joyas creadas especialmente para esta producción, hasta la componente musical adaptada a la atmósfera del campamento y a los personajes y, no por lo último, un reparto incluyendo nombres conocidos de la cinematografía rumana, esta telenovela ha logrado un éxito sin precedente.

Debido a la estrategia de promoción de *MediaPro*, la telenovela *Corazón de gitano* llegó más allá de las fronteras de Rumania, lo que ha hecho que el distribuidor oficial de *Media Pro Pictures* – *MediaPro Distribution*, la presentara en Cannes, en abril de 2008, como el mejor producto de televisión del momento en el mercado rumano. La presencia de la telenovela en esta feria se debió, en gran medida, al hecho de que durante los últimos años, las casas de producciones de telenovelas del extranjero habían mostrado interés de cara a las producciones *MediaPro Pictures*. *Corazón de gitano* fue presentada como exponente de dicha casa de producciones rumana también en una de las más importantes ferias internacionales de venta e adquisición de productos de televisión: la *Feria Internacional de Contenidos Audiovisuales y Digitales*¹⁸⁶ (“‘Inimă de țigan” merge la târgul de televiziune”, s.f.).

Después de que la telenovela *Corazón de gitano* se revelara como un éxito, *MediaPro Pictures* decidió seguir la historia con un *spin-off* titulado *Regina*, otra telenovela marca *Promance* que fue estrenada el 29 de septiembre de 2008. La razón de la producción de este *spin-off* fue justificada por Ruxandra Ion, que cumplía en aquel

¹⁸⁶ Según el nombre original, en francés: *Marché International des Programmes de Télévision* (MIPTV).

momento las funciones de *Channel and Programming Strategist de CME*¹⁸⁷, *Managing Director Promance International* y productora general de la telenovela *Regina*:

Sucesul extraordinar pe care l-a avut “Inimă de țigan” ne-a făcut să luăm hotărârea de a continua proiectul, însă fără a-l transforma într-un soap. Am adus personaje noi, o poveste cu totul nouă, în care cele mai iubite personaje din sezonul trecut își găsesc și ele locul. [...] Am realizat cel mai pretențios și scump decor de televiziune care s-a făcut vreodată în România, iar distribuția s-a întărit cu actori de excepție¹⁸⁸ (“Au început filmările la “Regina””, 2008).

Consideramos que el hibridismo de esta producción consiste en la *glocalización* de una historia de amor en un espacio particular, localizado en Rumania, que es el campamento de los gitanos. Identificamos en *Corazón de gitano* el modelo brasileño de producción, en cuanto al anclaje de la historia en un contexto social y político precisos, que influyen en su desarrollo.

5.5.2 *Regina*

Regina (2008-2009) (Ver anexo 15) (Ver tráiler 8), emitida a partir de 29 de septiembre de 2008, da continuación a la historia de *Corazón de gitano*, aportando nuevas intrigas y conflictos, de lunes a viernes, en horario estelar, a las 20:30. Con el avance del desarrollo de la trama que sigue la misma temática, el conflicto de identidades se vuelve todavía más presente, mostrando al público dos tipologías de gitanos: por un lado, los

¹⁸⁷ *Central European Media Enterprises*, transmisora de televisión líder en Europa Central y del Este lanzó en 1998 en Rumania el canal *Acasa TV*. A parte del canal *Acasa TV*, *CME* es propietario de *PRO TV*, *Pro Cinema*, *PRO TV International*, *Sport.ro* y *MTV Romania*. En Croacia (*Nova TV*), la República Checa (*TV Nova*), Eslovaquia (*Markiza*) y Rumania (*Acasa TV*), la programación de los respectivos canales de televisión es mayoritariamente compuesta por programas nacionales, especialmente series de ficción televisiva emitidos en horario estelar (“Central European Media Enterprises, s.f.).

¹⁸⁸ “El extraordinario éxito que tuvo “Corazón de gitano” nos hizo tomar la decisión de seguir con el proyecto, pero sin transformarlo en un soap. Hemos aportado nuevos personajes, una historia completamente nueva, en la que la mayoría de los personajes encuentran su lugar. [...] Hemos realizado el decorado de televisión más elaborado y caro que jamás se ha hecho en Rumania, mientras que el reparto ha sido reforzado con actores excepcionales” (traducción de la autora).

gitanos tradicionalistas, que se enfrentan ideológicamente a aquellos que, por otro lado, han perdido su identidad y han aceptado vivir según las leyes y los costumbres rumanas.

La producción *spin-off* retoma la temática que se revuelve alrededor del mismo campamento gitano presente en *Corazón de gitano*, que origina también este segundo proyecto. Regina es el personaje principal nuevo, que aparece sólo en esta segunda producción. Sin embargo, nos volvemos a encontrar con otros personajes de *Corazón de gitano*, pero que pasan en un segundo plano en *Regina*. Así, la historia de amor entre Andreea y Codruț, que había concluido la primera telenovela con la escena de su matrimonio, deja espacio, en el *spin-off*, al amor de Regina y Cosmin.

El equipo de *Media Pro Pictures* logró con la telenovela *Regina* otro hito en cuanto a las producciones de televisión rumanas, justificado por la inversión económica de proporciones para este proyecto, concretada sobre todo en el financiamiento de los viajes del equipo de rodaje en el extranjero. Los lugares escogidos fueron Túnez, París y Praga. Las primeras secuencias de la telenovela se rodaron en el desierto del Sáhara, donde un equipo de 30 personas se desplazó cerca de Túnez. El lugar coincide con las localizaciones míticas de las escenas de famosas películas, como *La guerra de las galaxias* (1977, Estados Unidos) y *El paciente inglés* (1996, Gran Bretaña). (“Echipa Acasă este prima”, s.f.).

En mayo de 2009, el equipo rumano se desplazó durante una semana a París, donde se grabaron escenas en locaciones celebres de París: el puente *Alexandre III* y la prestigiosa *Universidad de la Sorbona*. Las escenas fueron empleadas para un largometraje producido por la misma subdivisión de *Media Pro Pictures* – *Promance International* titulado *State de Romania – Student la Sorbona / State de Rumania – Estudiante en la Sorbona*. Este largometraje es una producción generada por el éxito resonante de *Regina* y sigue el hilo de la vida de State Potcovaru –hermano de sangre de Aurica Fieraru y padre de Roza– la mujer que le había sido destinada a Codruț, el protagonista de *Corazón de Gitano*. Se emitió en Rumania el 28 de septiembre de 2009 por el canal comercial *ProTV*, en horario estelar, entre las 20:28 y las 23:06. Según datos de audiencia de *GfK Rumania*, el canal fue líder de mercado, consiguiendo 8,9 puntos de rating y una cuota de pantalla de 23,3% (“Premiera filmului “State de Romania - student la Sorbona””, 2009). A raíz de esta película exitosa, que tuvo casi 2,5 millones de espectadores, se hizo una serie de comedia con el mismo nombre, que fue emitida a través del mismo canal, *Pro TV*. La serie sigue el camino de dos de los personajes de *Regina*: State Potcovaru y su mujer, Flacăra. Ellos continúan sus

aventuras en París, donde State se convierte en estudiante de La Sorbona. Allí descubre que tenía una hija, de un viaje anterior que había hecho en la Ciudad de la Luz y empieza a buscarla, pero al mismo tiempo se encuentra con un problema del pasado: Jean Potier, un policía francés, le estaba buscando como culpable de la muerte de uno de sus colaboradores. A partir de estas desencadenantes, la vida de State está puesta en peligro y la historia se vuelve compleja, de tal forma que el hilo conductor de la trama se desenredaría a lo largo de 118 capítulos que suma la serie.

Volviendo a las escenas de la telenovela tomadas en el extranjero, las secuencias rodadas en el castillo neogótico Windsor de Praga, introducen al espectador de la telenovela en un mundo de ensoñación, igual que lo hacen las escenas de exteriores filmadas en el desierto del Sáhara y en París. El exotismo de estas locaciones resultan atractivas para las audiencias, ofreciendo a la vez diversidad en el desarrollo de las historias de la telenovela. Observamos que esta variedad en la ambientación de la acción rompe con cierta monotonía que caracteriza las telenovelas rumanas producidas en la etapa anterior 2004-2006, donde prevalecen las escenas de interiores. Esta tendencia marcada de deslocalización de los lugares de rodaje tuvo sus comienzos en *Corazón de gitano*, la primera telenovela que enmarcamos en la segunda etapa de producción de telenovelas autóctonas rumanas y se desarrolla todavía más en la segunda producción, *Regina*.

Dentro del país, una locación de rodaje de escenas románticas fue la costa rumana del Mar Negro. Además del campamento gitano, donde se rodaron escenas particularmente de exterior, las escenas de interior fueron ubicadas en las casas de los gitanos y en el hospital donde trabaja Codruț.

Los recursos invertidos para la realización de la telenovela *Regina*, han sido dedicados, además de los viajes de rodaje en el extranjero, también al apartado “decorados”, igual que en el caso de *Corazón de gitano*. A parte del campamento de gitanos y el hospital rumano que ya estaban montados, para el *spin-off* se recreó un palacio de estilo italiano con frescos y estucados, paredes con medallones florales pintados a mano, espejos y gres, todo en una superficie de 500m² de plató. A los decorados se les añadieron 100 trajes tradicionales gitanos y joyas imitando originales (““Regina”, telenovela-fenomen”, s.f.), lo que ofrece más diversidad y novedad frente a los trajes con los que el público ya se había habituado. A través de estos detalles, se consiguió mantener también en esta producción la misma idea de veracidad pensada para *Corazón de gitano*.

En términos de marketing, la telenovela *Regina* se “vendió” bien, junto a la telenovela *Los angelitos*. *MediaPro Pictures* desarrolló una estrategia para vender cuadernos y otros accesorios escolares en colaboración con la marca Pintexim de la fábrica de papelería rumana con el mismo nombre. Los artículos de uso escolar con la imagen de los actores de las dos telenovelas estuvieron disponibles para su compra a través de internet y en tiendas especializadas. Además, los jóvenes seguidores tuvieron también la posibilidad de ganar cuadernos firmados por los actores, como premio de los concursos de fidelidad organizados por los productores de la telenovela a través del canal *Acasa TV* y de su página web correspondiente (“Actorii din “Regina” și “Îngerașii””, s.f.).

El *feedback* de las audiencias se midió, además de los datos de audiencia y de la interacción con el público a través del foro de discusiones de la página del canal transmisor y de la misma página de la telenovela, *regina.acasatv.ro*, también mediante un concurso similar a aquel que fue ideado para la telenovela *Corazón de gitano*. Anunciado en la página web de *Acasa TV* con el título *Concurs! Dovedește că ești fan „Regina” și câștigă premii! / ¡Concurso! ¡Comprueba que eres fan de la telenovela “Regina” y gana premios!*, este concurso ofrecía como premios cinco ordenadores portátiles a los espectadores que supieran contestar de forma correcta a una serie de preguntas sobre el contenido de la telenovela, en el menor interval de tiempo posible y durante una sola llamada con tarificación adicional (“Concurs! Dovedește că ești fan”, s.f.).

Bajo su condición de producción *spin-off*, *Regina* llegó a ser, según los datos de audiencia obtenidos (Ver anexo 5), la mejor serie de Rumania desde su lanzamiento, alcanzando un éxito todavía mayor que la telenovela de la que nació. Durante toda su emisión, desde septiembre de 2008 y hasta junio de 2009, se mantuvo en la primera posición en la clasificación de las series más vistas en Rumania durante este periodo, según datos de *GfK Rumania*. La “telenovela-fenómeno”, fue líder de audiencia con el 99% de sus capítulos (““Regina”, cel mai bun serial din Romania”, s.f.). El capítulo del 26 de marzo de 2009 registró una media de rating de 13,9 puntos y una cuota de pantalla de 30,4% de la audiencia televisiva, según el estudio de *GfK*. Fue el episodio en el que *Regina* regresó a casa después de haber sido secuestrada por un ex-empleado de la *Securitate*, Andrei (Adrian Titieni) por dinero y liberada a cambio de la recompensa que pagó su padre. La secuencia llegó al punto máximo de dramatismo cuando el chalet donde Regina había sido tenida presa y donde se llevaron las negociaciones por su

libertad explotó. También muestra las escenas emocionantes del reencuentro entre Regina y Cosmin y la fiesta gitana del pueblo (“La Poveștiri adevărate: Joi, 26 martie”, s.f.). Como se puede observar, la presencia del secuestrador de Regina que fue un hombre de la institución de control público *Securitate* durante el régimen comunista demuestra el proceso de glocalización del modelo latinoamericano —más específicamente brasileño— de telenovela en Rumania. También cabe destacar el papel negativo de este personaje que, a través de la imagen de secuestrador que impacta por la intensidad de las situaciones que se presentan en relación a Regina, recuerda al público la época comunista como una dominada por miedos y represión.

Es interesante de mencionar también el caso de hibridez de la canción del *spin-off*, que es interpretada, igual que en el caso de la telenovela *Corazón de gitano*, por la cantante Loredana Groza. Concebida especialmente para *Regina*, la canción es una combinación adaptada en versos rumanos de la conocida pieza *Sabor a mi* escrita por el cantautor mexicano Álvaro Carrillo y una canción popular (““Regina”, o nouă producție fascinantă”, s.f.) de la minoría romaní de los Balcanes, titulada *Ederlezi*, que aparece también, con arreglos musicales de Goran Bregović, en la película de Emir Kusturica, *Dom za vesanje / Tiempo de gitanos* (Yugoslavia, 1988). Una peculiaridad es el caso del bilingüismo, o plurilingüismo en la canción. *Sabor a mi* mantiene el estribillo original en español y adapta los demás versos a la telenovela, en lengua rumana. Lo mismo pasa con *Ederlezi*, donde el estribillo es cantado en serbio y el resto de la canción en rumano, escrito por la cantante misma y por el compositor rumano Florin Busuioc. En cuanto a las imágenes del video, es remarcable la similitud que existe entre escenas del festival de primavera —que da el nombre a la canción folclórica *Ederlezi* en la película de Kusturica y aquellas de la telenovela *Regina*. En cuanto a la inspiración por la canción de Carrillo, a raíz de su fama internacional, México queda un referente de proximidad, aunque sea, en este caso, para la canción de la presente telenovela.

Aunque el detalle de la inspiración mexicana sea relevante para nuestro análisis, reiteramos la afirmación inicial que la telenovela *Regina*, igual que *Corazón de gitano*, se crean como productos híbridos, a partir del modelo brasileño de telenovela, adaptado a las especificidades culturales rumanas. Concretamente, los aspectos relacionados con la preocupación por la temática social, el realismo de la presentación de la minoría gitana ambientada en su campamento, la deslocalización de los lugares de rodaje y el bilingüismo / plurilingüismo, nos indican la similitud de estas telenovelas rumanas con el modelo brasileño.

5.5.3 Aniela

Aniela (2009-2010) (Ver anexo 16) (Ver tráiler 9) es otra producción de la marca *Promance, Media Pro Pictures* que fue emitida por el canal *Acasa TV*, de lunes a jueves, siendo la primera telenovela rumana de época. Sumó 111 capítulos con una duración de 45 minutos por capítulo, exceptuando el episodio piloto y el último capítulo –cada uno de 90 minutos. Este proyecto llegó después del éxito resonante de la telenovela *Corazón de gitano* y de su *spin-off Regina*, ambas producidas por la misma productora, apuntando a alcanzar a estas series en términos de índices de audiencias. *Aniela* reunió a 70 actores ya experimentados en el campo del rodaje de telenovela, a los que se les añadieron 150 personas como figurantes en la serie (“În această toamnă, ACASA”, s.f.).

Los personajes de esta telenovela son personificados por actores con experiencia en la producción de este tipo de series. Tal es el caso de la protagonista principal, Adela Popescu (*Aniela*), quién había debutado como actriz de telenovelas en la primera producción rumana, *Sólo el amor*, en el año 2004 y cuya fama ha ido engrandeciendo a lo largo de los años, gracias a otras prestaciones exitosas en *Lágrimas de amor*, *Amor como en las películas* y *Los angelitos*. Alexandru Papadopol (Aleco Calofesco), Ioan Isaiu (Dumitru “Mitică” Lăptaru), Nicoleta Luciu (Matilda), Răzvan Fodor (Zeno Vulturesco), Ioana Ginghina (Arta Belciugescu), Loredana Groza (Mimi) también cuentan con experiencia previa en el rodaje de telenovelas, mientras que nombres famosos como Stela Popescu, Dan Condurache o Maia Morgenstern son reconocidos en la filmografía rumana e internacional, Maia Morgenstern siendo reconocida internacionalmente por el papel de María en la película estadounidense *La pasión de Cristo* (2004, *Icon Productions*, Estados Unidos).

Tanto por el reparto como por el presupuesto invertido, la telenovela pretendió ser una producción de alta calidad, directamente proporcional con las inversiones financieras que supuso, de aproximadamente 5 millones de euros, superando ampliamente al de las producciones precedentes de *Media Pro Pictures*:

În 2009, Promance, CME și Acasă au decis că e un an în care vor investi dublu față de anii precedenți, pentru că ne pregătim să facem primul mare produs de

epocă realizat vreodată de o televiziune din România. Ne ducem cu aproximativ 100 de ani în urmă în istoria României, vă vom prezenta o poveste bazată pe un scenariu așa cum v-am obișnuit, 100% românesc...¹⁸⁹ (“Acasă va difuza prima telenovelă de epocă”, s.f.).

Ambientada en una época en la que los enlaces matrimoniales se oficiaban en base al posicionamiento en la escala social y de acuerdo con leyes no escritas que no permitían transgredir el estatuto social, la telenovela sigue el destino de una joven que provenía de una familia rica, que pierde todo de un día para el otro, incluido su sueño de casarse con un hombre de familia noble. En *Aniela*, igual que en otras telenovelas rumanas, las uniones de parejas y los vínculos amorosos son llevados por intereses económicos adaptados a aquellos tiempos. La historia principal, que sigue el camino de Aniela, se desarrolla en paralelo con otros hilos narrativos que se entretajan y conforman una trama compleja.

Evocando el espíritu de la *belle époque* y los misterios de la ciudad de Bucarest de principios del siglo XX, Aniela trae ante los ojos del público imágenes de una época “de antaño”, cuya nostalgia determinó a los productores ambientar su historia en un periodo histórico de prosperidad económica para el país. Simona Macovei, la guionista de la serie justifica la elección de dicha época por ser un periodo de gran estabilidad económica en el país: “În vremea aceea cuvântul era cuvânt, onoarea era onoare, România în 1902 avea excedent bugetar, iar leul era egal cu francul”¹⁹⁰ (“Marea premiera “Aniela””, s.f.). El periodo fanariota del siglo XVIII, que había marcado la vida económica y social de Bucarest a través de influencias orientales turcas y griegas se refleja a través del apellido de resonancia griega de Aniela: Elefterios.

La ciudad de Bucarest en el tiempo del reino de Carlos I (1881-1914) conoció un auge considerable, acercándose a las grandes capitales europeas. El hecho de que Bucarest se conozca como la primera ciudad que en 1857 implementa el sistema de

¹⁸⁹ “En 2009, Promance, CME y Acasa decidieron que es un año en el que invertirán lo doble comparado con los años precedentes, porque nos estamos preparando para producir el primer gran producto de época jamás realizado por una televisión en Rumania. Volveremos unos 100 años atrás en la historia de Rumania y os presentaremos una historia a partir de un guión rumano al 100%, tal como ya os acostumbramos...” (traducción de la autora).

¹⁹⁰ “En aquel entonces, la palabra era palabra el honor era honor, Rumania en 1902 tenía excedente presupuestario y el leu tenía el mismo valor que el franco francés” (traducción de la autora).

iluminación pública con lámparas de petróleo es explotado en esta telenovela a través de un personaje que se encarga de esta actividad, mientras canta una canción titulada *Noapte Bună, Mimi / Buenas noches, Mimi*, de un conocido compositor rumano de la época: Ion Vasilescu. En el Bucarest de antaño, el número de los bares y de los restaurantes había incrementado, de forma directamente proporcional con el aumento del poder adquisitivo. Con el fin de ganarse clientes, algunos restaurantes contrataban a orquestas y a cantantes famosos. Interpretada por Loredana Groza –figura familiar por su actuación en otras telenovelas rumanas de *MediaPro*– aparece en la escena Mimi, cuyo nombre no es casualmente escogido, siendo justo la personificación de la mujer de la canción anteriormente mencionada.

Bucarest había llegado a merecer el apodo de “El pequeño París”, sobre todo por su vínculo profundo con la ciudad francesa, en cuanto a la inspiración para las obras públicas construidas en aquel periodo. La cultura rumana y la sociedad en general conocieron una considerable influencia generada por los modelos franceses. Las fiestas culminaban con los bailes de salón, donde el vals vienés tenía su lugar destacado, además del cuadril y de la polka.

Las costumbres típicas a la realidad de la época se trasladaron a la telenovela especialmente a través de la adaptación del lenguaje a particularidades de aquel periodo con la inserción de galicismos y la reproducción de normas comportamentales típicas de los eventos públicos de la sociedad francesa. Es frecuente el uso de formas de dirigirse a las mujeres con “madame” o “mademoiselle”. En cuanto a los nombres o apellidos de los personajes, estos también fueron adaptados a la época. Nombres como Aniela, Iorgu, Mitica, Eufrosina, Ersilia, Polixenia, Socrate o Aristizza son característicos del periodo, igual que los apellidos Piscupescu, Belciugescu y Vulturescu, presentes en esta telenovela. La lógica de transformar la partícula del sufijo “-cu” en “-co”, como sucedía en aquella época, tenía sus raíces en las exigencias estéticas de la sonoridad de la lengua francesa.

La escritura del guión supuso mucho trabajo previo de documentación sobre aquella época, como la lectura de libros de la *Biblioteca de la Academia* y la ubicación de locaciones antiguas en Bucarest. Para ilustrar el espíritu de aquellos tiempos, se requería que el estilo de la arquitectura y los elementos de los decorados fueran lo más verídicos posible. Tras una atenta documentación sobre el estilo arquitectural y de diseño interior de principios de siglo XX, el departamento de escenografía de los Estudios de Buftea se dispuso a construir exteriores e interiores sumando un total de 96

decorados que reproducen en detalle la arquitectura rumana de la época, que se caracteriza por una fusión de elementos románticos, “Brancovanos”¹⁹¹ y neo-clásicos. Los muebles, que datan del principio del siglo pasado, fueron restaurados en los talleres de *MediaPro*, mientras que gran parte de los elementos de decorado fueron adquiridos en las tiendas de antigüedades de Rumania y del extranjero (“96 de decoruri interioare”, s.f.). Además, se construyó una calle que, a través de su arquitectura y atmósfera, recrea los años lejanos en el tiempo de la *Belle Époque*, ofreciendo así una dosis de realismo a la narrativa (“În această toamnă, ACASA”, s.f.).

Las escenas de la telenovela fueron ambientadas en locaciones nacionales muy relevantes para el pasado histórico del país. Entre ellas mencionamos el Palacio Mogoșoaia, la propiedad de Știrbei, la mansión de Joița y el museo Golești. El Palacio Mogoșoaia fue construido por Constantin Brâncoveanu en el estilo arquitectural Brancovanos, siendo uno de los más importantes puntos de atracción turística del país. Algunas escenas de la telenovela se rodaron en los exteriores del palacio, mientras que en los Estudios MediaPro, el equipo de diseño de producción creó otros interiores del palacio. La propiedad de Știrbei es otra locación de importancia histórica con una tradición de más de 140 años. La mansión de Joița, típica del periodo ilustrado en la telenovela sirve para recrear la atmósfera vivida en la campaña. Concebido sobre la estructura de un pueblo rumano, el Museo de la Vendimia y de la Arboricultura de Golești ofrece otra perspectiva de la realidad rumana de los años 1900 (“Locații”, s.f.).

Los trajes, los peinados y el maquillaje son otros imperativos que fueron objeto de las exigencias del equipo de producción de esta telenovela. La transposición de los actores en sus papeles de personajes del siglo pasado supuso todo un proceso de aprendizaje y de adaptación, en cuanto a códigos verbales y reglas de conducta. Gran parte de ellos recibieron clases de bailes de salón, de equitación y se documentaron sobre la época mediante la lectura de libros.

La banda sonora, cuyo título toma el nombre de la telenovela, es interpretada por la protagonista, Adela Popescu –que se había lanzado en Rumania como cantante después de sus primeros éxitos como actriz de telenovelas rumanas y por Loredana

¹⁹¹ A finales del siglo XVII y principios del siglo XVIII, Rumania vive un periodo de emancipación espiritual, social y artística. Es cuando aparece el estilo arquitectural que se conoce como “el primer estilo rumano”. Su nombre viene asociado al del príncipe rumano Constantin Brâncoveanu (1688-1714) y se caracteriza principalmente por la escultura en piedra, a la que se le añaden los ornamentos florales de colores vivos.

Groza, conocida cantante de música pop rumana e intérpreta del personaje Mimi en esta telenovela.

La telenovela se dirige a un público amplio, conformado tanto por mujeres como por hombres, logrando alcanzar en su primer mes de transmisión un número bastante elevado de seguidores con estudios superiores (““Aniela”, cel mai bun serial”, s.f.). La interacción con el público de la telenovela se ha hecho, a parte del foro de discusiones de la página web de *Acasa TV*, mediante un concurso de fidelidad con el título *Aniela îți deschide o lume de poveste / Aniela te introduce en un mundo de cuento*. Desarrollado durante el mes de noviembre, el concurso consistió, igual que el concurso de la telenovela *Corazón de gitano*, en responder una pregunta del contenido de un capítulo, siendo designados un total de 12 ganadores, que tuvieron la ocasión de visitar el plató de rodaje de Buftea con sus decorados de la telenovela y encontrar personalmente a los actores. Además, los productores ofrecieron al espectador más fiel de la telenovela una excursión de 3 días a París, para 2 personas.

Sin embargo, a pesar de las estrategias de marketing desarrolladas por los productores¹⁹² y del alto presupuesto invertido en realizar una producción seriada sin precedente en Rumania, el éxito alcanzado por esta telenovela no logró llegar ni siquiera a la mitad de los índices de audiencia obtenidos por *Corazón de gitano* y su *spin-off*, *Regina*, siendo equiparable al de la telenovela *Los angelitos* (Ver anexo 5). Las cifras de las audiencias, que sorprenden por su valor bajo frente a la inversión alta pueden tener su explicación en la focalización en tiempos lejanos al presente, mientras que las historias de las telenovelas más exitosas beben de las realidades contemporáneas, inmediatas, que se dan en el país. Por otro lado, el éxito relativo de esta producción en particular es una ilustración de la opinión del director de telenovelas Sebastian Voinea, según quién el público es imprevisible: no se puede valorar su gusto por la temática de una producción u de otra, antes de su presentación en la pantalla (comunicación personal, Septiembre 6, 2011).

Anclada en la realidad rumana del siglo pasado, *Aniela* es una producción que respeta los rigores de la calidad de producción específicas a las telenovelas brasileñas. Es equiparable a telenovelas clásicas, muy exitosas en Rumania, de la brasileña *Rede*

¹⁹² Además de otros medios de promoción a nivel nacional, *Aniela* fue presentada, junto al largometraje *State de România, student la Sorbona / State de Rumania, estudiante en la Sorbona*, en el festival de cine de Cannes.

Globo como *Esclava Isaura* (1976-1977) o *Terra Nostra* (1999-2000). A través de la inspiración de hechos reales y de la ilustración de la vida de épocas pasadas, estas telenovelas cuentan unas historias de amor enmarcadas en determinados periodos históricos, ofreciendo de esta forma al público una visión bastante acertada sobre aquellos tiempos. *Aniela*, al igual que dichas producciones brasileñas, vuelve la mirada hacia el pasado histórico nacional y se construye, por tanto, como un producto híbrido, de inspiración latinoamericana, adaptada a la realidad nacional.

5.5.4 *Iubire și onoare / El honor de amar*

El caso real de una jordana de 37 años, asesinada con 28 puñaladas por sus hermanos de sangre, en el nombre del honor, es la base de la historia narrada en *Iubire și onoare / El honor de amar* (2010) (Ver anexo 17) (Ver tráiler 10).

En el mundo musulman, los llamados “crímenes de honor” dan muerte a aproximadamente 5000 mujeres anualmente. Este tipo de crimen surge siempre y cuando existe la sospecha de que las mujeres han deshonrado de alguna forma el nombre de la familia. La situación se da cuando ellas rechazan un matrimonio arreglado, cuando son violadas, o cuando se atreven a enamorarse. Entonces, se les aplica la pena de muerte a tiros, a golpes de piedras, se las quema, se les entierra vivas, se les apuñala o se les ahoga. Estos crímenes se llevan a cabo casi exclusivamente en las sociedades islámicas y en las comunidades de inmigrantes provenientes del mundo islámico en el Occidente¹⁹³ (“Queen Rania of Jordan”, 2009).

Mediante una temática original y desconocida por el público rumano y, por lo tanto, fascinante y exótica, la telenovela producida por *Media Pro Pictures* presenta, a lo largo de sus 140 capítulos, la historia de un amor prohibido entre una mujer rumana y un hombre árabe, que termina acercando dos mundos regidos por leyes muy distintas.

En cuanto a la idea central de la telenovela, la productora Ruxandra Ion se inspiró en una noticia (“Queen Rania of Jordan”, 2009) de *The Sunday Telegraph* para su historia dramática, surgida de una realidad cruenta, que quería dar a conocer también en Rumania. Como consecuencia, una realidad del mundo islámico, llegó a

¹⁹³ Cabe destacar que los datos detallados en este párrafo provienen de la misma noticia, cuyo título completo es “Queen Rania of Jordan takes on hardliners over honour killings”, que inspiró a la productora la temática de esta telenovela.

transformarse a partir del artículo de periódico, del 6 de diciembre de 2009 en guión de telenovela, escrito, como la mayoría de los guiones de *Media Pro Pictures*, por Simona Macovei y Sorina Ungureanu. Igual que en el caso de las telenovelas con temática social *Corazón de gitano* y *Regina*, el trabajo de escritura supuso una documentación minuciosa sobre el crimen de honor, conforme a lo que afirma Simona Macovei:

Viața este cel mai talentat scenarist, iar scenaristul nu este un om izolat, toate ideile îi vin din viață, din ceea ce citește, din oamenii pe care-i cunoaște. Scriem despre vieți. Telenovela “Iubire și onoare” conține o serie de povești inspirate din viața reală. Ne-am inspirat din cărți scrise de jurnaliști care au fost martorii acestei practici în lumea musulmană și nu numai¹⁹⁴ (Macovei, citada en Marcu, 2010).

Camelia Popa, la directora encargada de la preparación de los actores rumanos y del primer contacto con sus respectivos papeles, confirma el trabajo de documentación de estos con el fin de entrar en la piel de sus personajes:

Documentarea și studiul individual pentru construcția lumii arabe prezintă în telenovela noastră, s-au făcut cu minuțiozitate și maximum de atenție. Detaliile sunt extrem de importante pentru constituirea atmosferei tipic musulmane, iar actorii au fost încântați de provocare și și-au asumat personajele mai repede și mai bine decât ne așteptam. Cea mai mare provocare a acestui proiect este tocmai participarea și implicarea telespectatorului în poveste, până la capăt¹⁹⁵ (“118 oameni fac parte din echipa”, s.f.).

¹⁹⁴ “La vida es el mejor guionista y el guionista no vive aislado; todas las ideas le son inspiradas por la propia vida, por lo que lee y a través de las personas que conoce. Escribimos sobre vidas. La telenovela “El honor de amar” contiene una serie de historias inspiradas de la vida real. Nos inspiramos de libros escritos por periodistas que fueron testigos de esta práctica en el mundo musulmán y no sólo” (traducción de la autora).

¹⁹⁵ “La documentación y el estudio individual para la construcción del mundo árabe presentado en nuestra telenovela se han hecho con minuciosidad y con cuidado máximo. Los detalles son extremadamente importantes para la constitución de la atmósfera típicamente musulmana. Los actores estuvieron encantados con el desafío, asumiendo el papel de los personajes más rápido y mejor de lo que lo esperábamos. El mayor desafío de este proyecto es, de hecho, el feedback del telespectador y su consecuente implicación en la historia, desde su inicio hasta al final” (traducción de la autora).

La productora de la telenovela clasifica como impactante la temática de la telenovela que, a raíz de este factor, aportaría altas audiencias al canal *Acasa TV*: “E un concept cu care multe societăți europene sunt familiarizate. Suedia este pe locul 2 în lume în tristul clasament realizat de Amnesty International. [...] Cred cu convingere că publicul nostru va fi șocat, dar și fascinat de lumea în care urmează să îi invităm în această toamnă”¹⁹⁶ (Ion, citada en Marcu, 2010).

La fascinación surge, según el director Iura Luncașu, a raíz de un tema intrigante y nuevo para el público rumano y bebe del motivo universal del príncipe azul existente en el imaginario de las mujeres jóvenes:

Crima de onoare face ca povestea noastră să fie ieșită din realitatea cotidiană a României anului 2010, dar puternic ancorată într-o realitate de care poate până acum românii nu știau prea multe. Lucrând la acest proiect, am descoperit că sunt multe femei românce care se lasă ispitite de mirajul “Prințului din 1001 de nopți” și nu odata realitatea le darămə visurile¹⁹⁷ (Luncașu, citado en Vătăman, 2010).

Resulta interesante hacer hincapié en la novedad de la temática para el público rumano, arraigada en la realidad de un mundo lejano y trasladada a las pantallas rumanas mediante una serie de ficción televisiva. En este caso, cabe referirnos a la proximidad cultural, que se ve disminuida por la presentación de un mundo completamente distinto a la realidad rumana contemporánea, pero que, a la vez, conserva la componente de la cultura rumana a través del personaje principal femenino de la telenovela. La proximidad cultural entre los hechos presentados en la telenovela y

¹⁹⁶ “Se trata de un concepto con el que muchas sociedades europeas no están familiarizadas. Suecia está en el segundo lugar en el mundo en la clasificación realizada por Amnistía Internacional. [...] Creo firmemente que el público estará impactado, pero también fascinado por este mundo en el que les invitaremos a partir de este otoño” (traducción de la autora).

¹⁹⁷ “El crimen de honor hace que nuestra historia sea ajena a la realidad cotidiana de Rumania del año 2010, pero, al mismo tiempo, poderosamente anclada en una realidad de la que hasta ahora los rumanos no sabían mucho. Trabajando en este proyecto, hemos descubierto que hay muchas mujeres rumanas que se dejan atrapar por el espejismo del príncipe de “Las mil y una noches”, y más de una vez sus sueños se han quedado en nada” (traducción de la autora).

el público se genera, por lo tanto, a través de este vínculo. Sin embargo, la temática presentada resulta cautivante para un público curioso de descubrir los secretos de este mundo desconocido. Entonces, la proximidad cultural y diferencia cultural se reúnen como elementos cuya síntesis genera interés en las audiencias.

Las telenovelas *Corazón de gitano* y su *spin-off*, *Regina* trataron una temática muy similar, del encuentro de dos mundos marcados por diferencias culturales considerables. En estas telenovelas, el encuentro se produce a nivel nacional, entre gitanos como grupo étnico que es parte del pueblo rumano y que respeta sus propias tradiciones y rumanos. En cambio, *El honor de amar* amplía la brecha de las diferencias, situando culturalmente a los dos enamorados en dos lugares geográficamente lejanos: Ilinca (Mădălina Drăghici) es rumana y se enamora de Amir (Radu Vâlcan), que personifica, en la visión de Ilinca, el imaginario del príncipe azul del que se enamora a primera vista. Él proviene del mundo árabe, siendo el hijo del jeque del emirato Beled el Noor / País de la Luz –lugar ficticio, cuyo nombre fue inventado por los productores de la telenovela y cuyas escenas fueron rodadas en locaciones exóticas de Turquía y Egipto. Por tanto, la historia de amor entre los dos jóvenes, ambientada tanto en Rumania como en el emirato Beled el Noor, está marcada por estas diferencias, que determinan la oposición de las familias de los jóvenes frente a su unión.

Nos detenemos brevemente caracterizando a algunos de los personajes más representativos de esta telenovela, protagonistas y antagonistas, que son la personificación de estas diferencias culturales.

Ilinca es el tipo de la mujer moderna, que está a la búsqueda constante de la autosuperación, siendo un ejemplo de tenacidad. Ella sueña con una carrera exitosa en Relaciones Públicas y hace esfuerzos para construirla. Al mismo tiempo, es ambiciosa y romántica y busca a una persona que la valore y que la acompañe en su vida. Aunque dedique su tiempo mayoritariamente al estudio, también está presente en eventos sociales, logrando compaginar las dos cosas. Finalmente siente que encuentra en la persona de Amir a aquel hombre que estaba buscando y está lista para enfrentar cualquier tipo de prejuicios que le podrían anublar la felicidad.

Amir es el jeque misterioso y seductor y, para Ilinca, la representación del príncipe azul que llega desde un reino lejano. Es el segundo hijo, el favorito del emir Hussein Bin Naser, poderoso empresario y vendedor de diamantes. Gracias al estatuto de su familia, él tuvo la posibilidad de estudiar en las universidades más prestigiosas del

mundo, siendo educado en el espíritu de la religión islámica. La llegada de Ilinca en su vida lleva a la alteración de los códigos aprendidos y heredados, a raíz de la búsqueda de la felicidad junto a la mujer de la que se enamora.

Aziz (Augustin Viziru) es el personaje antagonista, hijo mayor del emir y el hermano de Amir. Él lleva los negocios de su padre y su sueño es el de convertirse en el heredero absoluto de la fortuna, aunque esto signifique recurrir a injusticias para apartar del poder al hijo favorito de su padre. El deseo desmesurado de poder que le dehumaniza, el odio y la ambición puesta al servicio del mal le llevan a cometer actos asombrosos para su estatuto.

Oxana (Diana Dumitrescu), es rusa, hija de un magnate y la mujer de Aziz. Su destino cambia una vez con la decisión de casarse en un país islámico. Su carácter duro y tenaz le muestra como a una persona ambiciosa, hasta macabra para lograr cumplir con sus objetivos de convertirse en la mujer más rica y poderosa del mundo. Obtener dinero y riquezas es su objetivo primordial, que persigue a toda costa.

En cuanto al rodaje de la telenovela, éste se realizó, además de en la capital rumana, en Egipto y Bodrum, en Turquía. Estas localizaciones ofrecen veracidad y, a la vez, exotismo a las escenas supuestamente ambientadas en el emirato Beled el Noor, incitando la curiosidad de los espectadores e introduciéndolos en mundos desconocidos, llenos de encanto y del misterio del mundo árabe. La deslocalización de los lugares de rodaje es típico también de las telenovelas brasileñas, en este caso muy cercano a la historia de *El Clon* (2001-2002, *Rede Globo*), que se rodó en Brasil y Marruecos.

Al mismo tiempo, en términos comparativos, es importante mencionar que el gran éxito que ha tenido *El Clon* en Rumania ha servido de inspiración para esta narrativa rumana, que habla del encuentro entre dos culturas y dos mundos distintos. Aunque el tema del crimen de honor sea originalmente empleado en la telenovela rumana y los productores de *El honor de amar* no hagan en ningún momento referencia a la telenovela brasileña, consideramos que existen elementos que confirman la similitud entre las dos, particularmente en cuanto a la temática y a la deslocalización de los lugares de rodaje, anteriormente mencionada.

En primer lugar, nos referimos al factor social concretizado en estas dos telenovelas por la inquietud de presentar problemáticas de orden social, relacionadas a los matrimonios arreglados por las familias y a situación de las mujeres en el mundo islámico, dominada por la falta de libertades personales y la sumisión ante la familia y la sociedad tradicional. El problema de la droga también es ilustrado, de forma directa

en *El Clon* y más indirecta en *El honor de amar*, a través del padre de Amir, quien había sido traficante de drogas en el desierto.

En segundo lugar, se trata de la preocupación de presentar dos mundos distintos, a través de una multitud de costumbres típicas. La telenovela brasileña ubica su acción en la ciudad marroquí de Fes, como antitética a la ciudad de Río de Janeiro, mientras que la telenovela rumana ambienta sus escenarios entre el emirato Beled el Noor y la capital rumana, Bucarest. La diferencia en cuanto a los lugares de rodaje es que las escenas relativas al mundo marroquí están ubicadas y filmadas en Fes, mientras que en el caso de la telenovela rumana, las escenas que pasarían en el emirato, se ruedan en Egipto, Turquía, o en los decorados especialmente contruídos en los platós de *MediaPro*. Las dos telenovelas muestran costumbres típicas de estas sociedades, donde los hombres pueden llegar a tener hasta cuatro esposas. Los bailes en trajes típicos de danza árabe, para los que las actrices de ambas telenovelas han recibido clases y el rito de la oración en el mundo musulmán son elementos predominantes.

En cuanto a la recreación de esta atmósfera característica a un país árabe, consideramos que el valor añadido de *El honor de amar* consiste en que el rodaje no fue ubicado en una ciudad real con actores y figurantes del lugar, como la ciudad marroquí que aparece en *El Clon*, sino que se llevó a cabo en una locación ficticia, por lo que el trabajo de adaptación a esta realidad, ideado por un equipo rumano e interpretado por actores exclusivamente rumanos supuso un trabajo de documentación mayor que en el caso de la telenovela brasileña. En el tercer lugar, es importante mencionar las situaciones de bilingüismo que identificamos en las dos telenovelas, donde palabras árabes como *habibi / mi amor* o el saludo *As-Salamu Alaikum / La paz sea contigo* y su respuesta *Alaikum As-Salamu / La paz sea contigo también* se insertan al vocabulario de base, que es brasileño en el caso de la primera telenovela y rumano en el caso de la segunda.

La canción principal de la telenovela también pretende introducir al espectador, al principio de cada capítulo, en el mundo exótico en el que se desarrolla el trama de la telenovela. Para ello, el video (ver video 13), protagonizado por los actores principales: Mădălina Drăghici, Radu Vâlcă y Diana Dumitrescu, fue rodado en Egipto. Los versos y la música de *Iubești un vis / Amas un sueño* pertenecen a Radu Ionuț Adrian, que es también su intérprete.

Las particularidades de *El honor de amar*, que destaca entre las producciones anteriores rumanas por ser la primera telenovela realizada mediante la tecnología digital

de alta definición (HD), hacen que esta telenovela cobre personalidad en tanto que “telenovela rumana”. Son varios elementos –la temática original, la historia de amor entre una cristiana y un musulmán, la adaptación de la actuación de los personajes, la confección de los decorados, la elección de las locaciones de rodaje en el extranjero de acuerdo con las realidades específicas al mundo islámico y un reparto de actores rumanos reconocidos internacionalmente, como Maia Morgenstein– los que demuestran el alejamiento de *El honor de amar* frente al modelo de la telenovela latinoamericana. Esto demuestra que las telenovelas rumanas adquieren cada vez más independencia frente a los modelos latinoamericanos, debido a la experiencia adquirida en los 5 años de producción. Esta tendencia se hace visible ya en *Corazón de gitano*, *Regina* y *Aniela*, y se volverá todavía más notable en la tercera fase de producción de telenovelas rumanas. Las productoras de telenovelas –en este caso, *MediaPro*– se permiten, por tanto, ampliar la temática de inspiración de las telenovelas y personalizar su estilo, en cuanto a los lugares de rodaje y al uso del multilingüismo, tal como sucede con *El honor de amar*. También es notable una renovación de los actores que actúan en los roles principales. La pareja de protagonistas, Mădălina Drăghici y Radu Vâlcău no han actuado previamente en ninguna telenovela, mientras que otros actores ya conocidos por el público, tales como Adela Popescu, Alexandru Papadopol, Augustin Viziru o Ioan Isaiu pasan a interpretar papeles secundarios.

Es relevante destacar que el último capítulo de la telenovela aporta un cambio social considerable, ofreciendo una solución al crimen de honor, tradicionalmente inculcado en la sociedad islámica de Beled el Noor. En el momento cuando llega a ser jeque en el lugar de su padre, él decide abolir la ley, para impedir que semejante crimen se siga perpetrando, y encaminar el emirato hacia la modernización, desde una mentalidad ya anticuada.

Según su intención de dar a conocer al público rumano un tema de índole social poco común, específico a una cultura distinta y por su preocupación de crear un producto de calidad, ajustándose lo máximo posible a las realidades culturales específicos a este mundo lejano, la presente telenovela nace como un producto híbrido. La hibridez funciona en un doble sentido. Por un lado, podemos referirnos a una hibridez de producción, en cuanto a la adaptación del modelo brasileño de telenovela a los modos de producción del equipo rumano. Por otro lado, observamos una hibridez cultural generada por el encuentro entre dos culturas: la rumana, y la musulmana, también generada por la inspiración de una telenovela brasileña que es *El Clon*.

5.6 La telenovela rumana (2009-2011) como producto nacional híbrido

A medida que los equipos rumanos de producción de telenovelas adquieren experiencia en los procesos de producción, se puede observar un grado de autonomía cada vez más marcado frente a los modelos latinoamericanos de telenovela, identificados en las dos fases anteriores de producción. Por lo tanto, la telenovela rumana, cuyo punto de cristalización asumimos que empieza a partir del año 2009, sigue manteniendo la estructura formal y los modelos de producción de la telenovela latinoamericana, pero las temáticas y las historias se hallan cada vez más arraigadas en la cultura rumana contemporánea, haciéndose eco de los cambios culturales y de mentalidades que suceden en el país. Resulta entonces un producto híbrido, pero original, que tiende a cambiar su nombre de “telenovela” a “serie”¹⁹⁸ (“Ei sunt noii RBD ai României”, s.f.) hacía el final del año 2011.

Adelantamos una serie de características que consideramos específicas para las telenovelas rumanas realizadas durante esta tercera fase de producción, entre los años 2009-2011, observadas a partir de la muestra de narrativas seriadas seleccionadas, y que presentaremos seguidamente. Las afirmaciones de los productores entrevistados sostentan y detallan dichas características que serán puntualizadas mediante referencias concretas presentes en las telenovelas *Fiicele marinarului / Las hijas del marinero*, *Narcisa sălbatică / Narcisa la salvaje* y *Narcisa. Iubiri nelegiuite / Narcisa. Amores ilegales*. Identificamos una tendencia, más marcada respecto de las telenovelas de las etapas anteriores, de anclaje en la cultura rumana de las situaciones presentadas, de los comportamientos de los personajes y de las escenas humorísticas, como resultado de un proceso de *glocalización* más profunda en comparación con las telenovelas previas, donde este proceso se dio de una forma más superficial. A partir de esta tendencia,

¹⁹⁸ Después de realizar la telenovela *El honor de amar*, la productora de telenovelas Ruxandra Ion se orienta hacia la creación de la “primera serie musical rumana” con el título *Pariu cu viața / Apuesta con la vida* (2011-2012), emitida esta vez por el canal privado de televisión *PRO TV*, propiedad de la compañía *CME* - contando con 57 capítulos distribuidos en 4 temporadas. La serie está inspirada por la telenovela mexicana *Rebelde* (2004-2006, Televisa, México), cuyos protagonistas adolescentes músicos son llamados “los nuevos RBD de Rumania”.

común a las tres telenovelas de este periodo, encontramos dos vías distintas de *glocalización*.

Por un lado, la primera telenovela, *Las hijas del marinero* destaca en su calidad de telenovela autóctona a través de la multitud de escenas de exteriores, de la deslocalización de los lugares de rodaje como proceso iniciado ya a través de las telenovelas de la segunda etapa –pero que llega a su punto culminante en esta tercera fase y, a través del multilingüismo, al que identificamos como rasgo típico de esta telenovela.

Por otro lado, las otras dos telenovelas *Narcisa la salvaje* y *Narcisa. Amores ilegales.*, aplican la ley de la *glocalización* de forma distinta respecto de la primera telenovela. En estos casos, el rodaje se realiza exclusivamente a nivel nacional y el idioma empleado es únicamente el rumano. En cambio, se percibe una tendencia bastante más marcada que en cualquier otra telenovela anterior, tanto rumana como latinoamericana, hacía la inclusión de escenas de nudismo y de erotismo –lo que hizo al *Consejo Nacional del Audiovisual* rumano intervenir y aplicar sanciones al respecto.

El director de producción de la mayor parte de las telenovelas realizadas por *MediaPro Pictures*, Iura Luncașu, hace referencia a un rasgo específico de la telenovela rumana, que es su sentido del humor que destaca, siendo fácil de comprender y muy apreciado por el público autóctono. Aún así, según sus palabras, el tema predominante de las series melodramáticas sigue siendo el típico y clásico amor imposible de las telenovelas:

O amprentă personală pe care am încercat s-o imprim telenovelei românești a fost o pondere a umorului cu melodrama. Personaje precum State Potcovaru din *Inimă de țigan* sunt parte integrantă din tema universală legată de iubire, dar într-un context specific. S-a creat, începând de la motivul universal al iubirii, un *pattern* care a devenit emblematic pentru telenovela românească – acela al iubirii imposibile, printre altele¹⁹⁹ (I. Luncașu, comunicación personal, correo-e, Julio 10, 2011).

¹⁹⁹ “Un toque personal que he intentado imprimir a la telenovela rumana ha sido una combinación del humor con el melodrama. Personajes como State Potcovaru de *Corazón de gitano* se vuelven parte integrante del tema universal del amor, pero en un contexto específico. Se ha creado, a partir del motivo universal del amor manifestado en todas sus formas e interpretaciones, una matriz que se ha vuelto

Lo que se preserva de los modelos latinoamericanos de telenovela en la forma de expresión melodramática rumana es que, a partir de la historia principal, surgen historietas de orden secundario, que convergen hacia el núcleo de la narrativa audiovisual, complejizándola.

La componente melodramática, altamente presente en las telenovelas mexicanas destacó en este tipo de narrativas seriadas de ficción con la llegada de las primeras telenovelas latinoamericanas, la mayoría de proveniencia mexicana. Dicha componente específica, manifestada principalmente a través de exageraciones en la forma de actuar de los protagonistas, hizo que el público rumano identificara las series con las llamadas *telenovelas*. Así, según la afirmación de Sebastian Voinea, director de producción de telenovelas para los canales *MediaPro Pictures* e *Intact Productions*, la misma expresión más exagerada de los sentimientos se puede apreciar en la actuación de los protagonistas de las primeras telenovelas rumanas (S. Voinea, comunicación personal, Septiembre 6, 2011).

Según la productora general de las telenovelas *MediaPro*, Ruxandra Ion, la novedad que aportan sus producciones al modelo de base latinoamericano es el espíritu balcánico, *la cabra del vecino*²⁰⁰, además de unos actores excepcionales, historias originales, de amor tipo Romeo y Julieta y, no en último lugar, mucho sentido del humor (R. Ion, comunicación personal, correo-e, Agosto 12, 2011).

Sebastian Voinea menciona otro elemento que podría aportar a la telenovela rumana el atributo de “auténtica”, que alimenta la proximidad cultural con el público, a pesar de su inspiración ajena:

Telenovelele românești încearcă să particularizeze lumea României cu realitățile sociale ce o caracterizează. Ceea ce împrumută de la telenovele latinoamericane ar fi structura, tipologia personajelor (antagoniști –

emblemática para la telenovela rumana – la del amor imposible, además de otras” (traducción de la autora).

²⁰⁰ La expresión típica rumana “la cabra del vecino”, equivalente al dicho español “mal de muchos, consuelo de tontos”, ilustra una actitud de índole cultural, casi inculcada en el patrimonio cultural popular, que hace que una persona a la que le haya pasado algo malo se alegre si a su vecino también le va mal. Literalmente, la expresión se traduce por el dicho “somos más felices si la cabra del vecino también ha muerto y no solo la nuestra”.

protagoniști). Cât despre teme, acestea sunt naționale, ceea ce reprezintă de fapt caracteristica pe care se bazează producătorii în ceea ce privește gusturile publicului²⁰¹. (S. Voinea, comunicación personal, Septiembre 6, 2011).

El melodrama televisivo como relato de ficción toma elementos de la vida real, muchas veces de una manera sutil e indirecta, para plantear asuntos que incitan al espectador a la reflexión. La historia de amor entre los protagonistas de condición social distinta –no tanto material, como de proveniencia de medios opuestos– representa el elemento de base melodramático.

En la telenovela rumana, lo que cambia es el entorno en el que ocurre la historia de amor. En Colombia o en México, la historia de amor surge en una plantación de café o una hacienda tequilera, como pasa en el caso de *Café con aroma de mujer* (1994-1995, *RCN Television*, Colombia) o *Cuando seas mía, Paloma* (2001-2002, *TV Azteca*, México), o *La Mentira* (1998, *Televisa*, México). En Rumania, las historias ocurren, en las primeras producciones rumanas, en interiores bucarestinos situados en los alrededores de la capital y, sobre todo, en el medio urbano de Bucarest donde el ambiente agitado y generador de conflictos es una fuente de la que bebe esta telenovela. Poco a poco, las escenas de exteriores y la deslocalización de los lugares de rodaje en partes exóticas del mundo dejan lugar a la expresión de creatividad de los equipos rumanos, personalizándola hasta tal punto para que justifiquen la afirmación de la productora de telenovelas rumanas, Rudandra Ion, que la telenovela nacional es una “telenovela rumana al 100%”.

Así, las producciones *Fetele marinarului / Las hijas del marinero*, *Narcisa salvatica / Narcisa la salvaje* y *Narcisa. Iubiri nelegiuite / Narcisa. Amores ilegales*, que analizaremos a continuación, son todas de la marca *Family Film / Tandem Film e Intact Production* y ofrecen una muestra de las características presentadas más arriba.

5.6.1 *Fücele marinarului / Las hijas del marinero*

²⁰¹ “Las telenovelas rumanas intentan particularizar el mundo de Rumania con sus realidades sociales. Lo que toma prestado de las telenovelas latinoamericanas sería la estructura, la tipología de los personajes (antagonistas – protagonistas). En cuanto a los temas, estos son nacionales, lo que representa de hecho su característica de base y que constituye la apuesta para que guste al público” (traducción de la autora).

Fiicele marinarului / Las hijas del marinero (Ver anexo 18) (Ver tráiler 11) es una telenovela emitida por el canal *Antena 1* durante 5 meses, entre de febrero y junio de 2009, teniendo 70 capítulos con una duración de 45 minutos por capítulo. Es una producción realizada por *Intact Production* en colaboración con *Tandem Film*, según un guión escrito por Mimi Brănescu y Dan Chiriac y dirigida por Sebastian Voinea y Mihai Bauman. Para la realización de la serie se ha estimado un presupuesto-record de 3.500.000 €²⁰², que fue sin embargo superado por el presupuesto de producción de la telenovela de época, *Aniela*, que había supuesto un gasto de 5.000.000 € para *MediaPro Pictures*.

La insólita historia del marinero se acerca a la ficción y se parece a los cuentos de hadas tradicionales. Al mismo tiempo, remite también a la vida real, emitiendo una moraleja conforme a la que los pecados de la juventud –como en nuestro caso el abandono de las hijas por un padre– tienen repercusiones en la vida madura. El castigo de los pecados aparece concretado aquí a través del deseo de venganza de las hijas después de años.

Aspectos de la realidad cotidiana bucarestina aparecen reflejados en las secuencias mostrando escenas de la vida de la familia Trifan y en la lucha constante de Amza de acceder al poder y de poseer riquezas materiales. Además, la familia Bratosin, que se enriqueció después de la Revolución y durante el periodo de transición a la democracia, muestra un caso de los nuevos enriquecidos, que se dieron en la sociedad rumana post-comunista. Una tendencia de polarización de las clases sociales, acentuada por la presencia de la criada Angelica y del chófer Ion, al servicio de la familia Trifan, es una situación presente también en las telenovelas latinoamericanas, donde este tipo de polarización es similar al caso que se da en Rumania. La imagen de Tudor, el procurador anticorrupción, también tiene un sentido clave de anclaje en la realidad contemporánea rumana. Su presencia en la telenovela muestra la tendencia, entre las autoridades competentes, a la investigación para el descubrimiento y la eradicación de actos de corrupción. Estas acciones empezaron a realizarse antes de la adhesión de Rumania a la Unión Europea y, sobre todo, después de este proceso, siendo llevadas a cabo particularmente en contra de los políticos rumanos corruptos. Este panorama social

²⁰² El presupuesto mencionado ha sido destinado a la producción de la telenovela inicialmente pensada para sumar 120 capítulos. Por razones debidas a la crisis económica, el proyecto se quedó en 70 capítulos y, por lo tanto, el presupuesto gastado fue menor, alcanzando poco más de la mitad de la cifra inicial.

y político del país coincide temporalmente con la producción de *Las hijas del marinero* en el año 2009, donde Amza es el tipo del empresario corrupto, que tiene la intención de entrar en la política para obtener más beneficios personales. Tudor – el procurador anticorrupción, le vigila desde cerca.

A raíz de estas observaciones, estamos de acuerdo con el director de producción de la telenovela Sebastián Voinea, quien afirma que esta producción se inserta perfectamente, a través de sus características y de las situaciones presentadas, al género melodramático universal. Los toques cómicos específicos de humor típico rumano se preservan, aunque su acción implique el encuentro de varias culturas y se desarrolle en varios países:

Este o poveste ancorată în realitatea cotidiană cu aspecte tipice si sintetizează prin Jamila, protagonista scenariului, caracteristicile unei întregi generații - situațiile de viață prin care trece oferind o gamă largă de posibilități în sondarea sufletului tinerei eroine, care trece de la teribilism la deznădejde, de la dragoste la dezamăgire, de la plafonare la succes si bucurie nestăvilită. Subiectul este unul comic si tandru, realist si poetic, dar niciodată plictisitor. [...] Limbajul vizual propus încearcă să confere cât mai multă autenticitate situațiilor si evenimentelor prezentate. Jocul actorilor tinde spre «firescul» atât de potrivit pentru acest gen²⁰³ (“O superproducție “romance””, 2009).

En cuanto a la composición de las secuencias, según explica Sebastian Voinea, el factor visual aparece como fundamental en esta telenovela, enriqueciendo visualmente los diálogos e ilustrando así mejor las emociones de los personajes:

Concepția regizorală a acestei telenovele se bazează pe redarea cât mai expresivă a stării emoționale a personajelor. Se poate spune despre multe secvențe că au «o

²⁰³ “Es una historia anclada en la realidad cotidiana, sintetizando, a través de la protagonista Jamila, las características de toda una generación. Las situaciones de vida que enfrenta ofrecen una gama variada de posibilidades para la exploración del alma de la joven heroína, que pasa de exaltación a decepción, de fracaso a éxito y alegría desmedida. El tema es uno cómico y suave, realista y poético, pero nunca aburrido. [...] El lenguaje visual propuesto intenta ofrecer un máximo de autenticidad a las situaciones y a los eventos presentados. La actuación de los actores tiende hacia la “naturalidad”, tan adecuada para este género” (traducción de la autora).

poveste proprie», chiar o ministructură narativă, secvențe cu un puternic impact vizual, dar și cu un rol important în dezvoltarea sensului poveștii. Aceste secvențe conțin cadre lungi, cu o amplă mișcare a personajelor, dublată de mișcare completă de aparat, cadre care dau cursivitate poveștii și construiesc atmosfera necesară.²⁰⁴ (“O superproducție “romance””, 2009).

Esta telenovela se propuso tratar, bajo la forma de una producción melodramática, un tema novedoso: la venganza de unas hijas, abandonadas en distintos puertos del mundo, contra de su padre “desnaturalizado”, un marinero que representa el tipo de persona fuerte, hasta feroz, impulsiva, que sabe cómo salir de cualquier situación incómoda o peligrosa. La experiencia en el mar le ha hecho seguro de sí mismo y a la vez desconfiado. Le gusta autocaracterizarse como un “mástil en el medio de la tempestada” y considera que siempre tiene razón. Se nos presenta como hombre casado y padre oficial de un solo hijo malcriado, aunque tenga otras tres hijas de cuya existencia no sabe. Sus puntos débiles son su hijo y su pasado, del que nunca habla. Guapo de joven, Amza aparece como un hombre de muchas mujeres, quién deja su profesión de marinero para asentarse y empezar su propio negocio en Bucarest, con la intención de entrar en la política. El actor Șerban Ionescu describe a su personaje Amza Trifan como “[...] mai degrabă ușor iresponsabil, dincolo de imaginea lui de bărbat puternic, dintr-o bucată. [...] Evoluția lui Amza este interesantă pentru că realizează pe parcurs că greșelile din tinerețe se cam plătesc când ajungi la vârsta a doua²⁰⁵” (Ionescu, citado en Baltoc, 2009). En un principio, Amza se nos muestra como una persona amable y un padre atento, pero detrás de las apariencias se esconde una historia mucho más compleja, que revela a un hombre de doble cara.

La mujer de Amza, Virginia Trifan (Manuela Hărăbor) es una mujer presentable para la sociedad en la que se mueve su marido, siendo todavía guapa para su edad.

²⁰⁴ “El concepto de realización de esta telenovela se basa en presentar, de la forma más expresiva, el estado emocional de los personajes. Se puede decir, en relación con muchas secuencias, que tienen “una historia propia”, hasta una mini-estructura narrativa. Se trata de secuencias con un fuerte impacto visual, pero también con un papel importante en la revelación del sentido de la historia” (traducción de la autora).

²⁰⁵ “[...] más bien algo irresponsable, más allá de su imagen de hombre hecho y derecho. [...] La evolución de Amza es interesante porque se da cuenta con el tiempo de que los errores cometidos durante la juventud se pagan cuando uno llega a la edad madura” (traducción de la autora).

Buena organizadora de fiestas, coqueteó en su juventud con la música, cantando romances –pero sólo para el círculo restringido de los amigos. De joven, tuvo éxito con los hombres.

Marta (Ileana Stana Ionescu), la madre de Virginia, refleja la imagen de la típica suegra que se queja siempre por alguna razón. Se muestra constantemente descontenta por el trabajo de la criada, entrando en conflicto con ella, verificándola si trabaja y si no roba. Su carácter la muestra como una persona insoportable, a quién nadie quisiera tener cerca.

Călin Trifan (Crisian Popa) es el tipo del hijo malcriado al que no se le ha negado nada, “inocente”, soñador y, en algunos casos, hasta infantil. No está preparado para heredar el imperio financiero de su padre. Es impaciente, se aburre fácilmente y a menudo su forma de hablar resulta ofensiva. Siendo de familia rica, su armario está lleno de ropa de marca y su gran pasión eran los coches rápidos.

Las tres hijas y el hijo de Amza ilustran distintas tipologías de personas y caracteres. Jamila, la hija marroquí, es una joven de 28 años, de una belleza exótica particular, que no pasa desapercibida. Inteligente y de mirada tajante, no se queja nunca, estando acostumbrada a resolver sus asuntos sola. Si bien atrae las miradas, pocos son los que se atreven a abordarla. Es ella quien orchestra la venganza en contra de su padre, encarnando el papel del líder y contactado con sus otras dos hermanastras abandonadas, igual que ella, en puertos del mundo. La mayor motivación de su venganza se halla en la promesa hecha a su madre, antes de que ésta muriera, de que el hombre que había sido al origen de su desgracia 30 años atrás recibiría su castigo. También la motiva emprender un viaje de miles de kilómetros hasta Rumanía y encontrar a sus hermanas para castigar a su padre, por el hecho de haber vivido junto a su madre una vida condenada en la sociedad islámica, donde una madre soltera es estigmatizada de por vida. Corina Moise, la actriz que interpreta al personaje describe a Jamila con las siguientes palabras: “Veți vedea în acest personaj forță, dorință de răzbunare, atitudine impunătoare în fața oamenilor străini pe care-i întâlnește, dar mai presus de toate acestea, bunătate, umilință, singurătate, dragoste, bucuria primei iubiri, frica de lumea rece și modernă de care se lovește”²⁰⁶ (Moise, citada en Baltoc, 2009).

²⁰⁶ “Veréis en este personaje fuerza, deseo de venganza, actitud imponente delante de las personas desconocidas que se encuentra, pero más encima de todo, bondad, humildad, soledad, amor, alegría, miedo del mundo frío y moderno al que se enfrenta” (traducción de la autora).

Alessia (Crina Semciuc), la hija española, tiene 26 años y es el tipo de persona distraída, que se mete constantemente en problemas de los que finalmente sale, gracias a su forma de ser optimista. Es amable y bien intencionada, siendo caracterizada por un gran amor hacía los demás. Aunque no sea una belleza, es una mujer atractiva.

Vera (Andreea Perju), la hija que nació en Odessa, tiene 25 años y representa el tipo de la mujer fácil. En su carrera como fotomodelo tuvo una vida difícil, llena de decepciones como resultado de sus relaciones sentimentales. Tiene un hijo de 5 años, Oleg. Es una mujer depresiva, a quien le falta la confianza en su propia persona. A menudo se refugia en el alcohol y se prostituye si es necesario para conseguir dinero. Su deseo de bienestar material es apoyado por su madre, Tania.

Tania (Cecilia Barbora) es el tipo de la mujer vulgar, fría y alcohólica. Celosa por cada escaso momento de alegría de Vera, le reprocha que el haberla nacido le impidió vivir su vida tal y como hubiera querido. No duda en chantajearla cada vez que tiene la ocasión. Hacia su nieto no nutre ningún sentimiento.

Oleg, el hijo de Vera, es un niño interiorizado y marcado por las discusiones entre su madre y su abuela. A veces se niega a hablar durante semanas y sus únicos amigos son los personajes imaginarios que se ha creado a partir de cuentos.

Iris (Cristina Călin) es el tipo de persona optimista, capaz de amar incondicionalmente al mismo hombre por toda la vida. Está siempre rodeada de amigos y tiene una relación especial con su padrastro.

Iulia Bratosin (Alexandra Murăruș) es la niña de papá y la joven con quien Amza planea casar a su hijo, Călin. Proviene de una familia enriquecida después de la Revolución de 1989. Es una persona superficial y frecuenta las terrazas pijas de Dorobanți – un barrio central de Bucarest. Le encantan los coches descapotables, siendo posesora de uno rojo.

Stelian (Alexandru Georgescu) y Nela Bratosin (Magda Catone), los padres Iulia, la novia de Călin, hechos uno para el otro, aparecen como la pareja perfecta, formando un mecanismo compuesto por dos piezas. Parecen más bien hermanos y cuando uno empieza una frase, el otro la acaba. A veces discuten, pero muy pronto se reconcilian.

Tudor (Andrei Araditz), el procurador anticorrupción es un profesional que sobresale en su trabajo. Atento a cualquier detalle, lo analiza todo y, a base de eso, saca conclusiones acertadas. No habla nunca de sus problemas, centrándose en otras prioridades.

Damian Postelnicu (Șerban Celea) es un hombre de dos caras, muy hábil e imprevisible, siempre listo para atacar. Inicialmente buen amigo de Amza, se convierte luego en su peor enemigo, por culpa de una mujer que es la actual esposa de Trifan.

Angelica (Iulia Brezeanu) es la criada de la familia Trifan. Es una persona franca y muy leal a la familia para la que trabaja. Está enamorada de Ion, el chófer de la familia, aunque no quiera admitirlo.

Además de ser el chófer de Trifan, Ion (Ștefan Pavlu) también es su confidente. Fue criado en un pueblo y tiene una forma de hablar concisa. Él también está enamorado de Angelica, pero no lo demuestra. Su gran pasión es el fútbol.

Toma (Radu Zetu) es un hombre tosco. Se quedó huérfano desde pequeño y Damian Postelnicu le recogió de la calle y le crió. Así, él se convierte en su mano derecha, siendo capaz de hacer cualquier cosa por su protector.

A través de la tipología de caracteres de los personajes descrita más arriba, y las interacciones entre ellos, la telenovela muestra situaciones y conflictos que pueden suceder en la vida real. La componente melodramática refleja la fuerza de los sentimientos universales, expresados en una variedad de formas. Aunque no sigan necesariamente un patrón a través del que se puedan categorizar como estereotipos nacionales, los modos de comportamiento de los personajes hacen que el público rumano se identifique con ellos.

Con *Las hijas del marinero*, emitida aproximadamente durante el mismo periodo que *Regina*, *Antena 1* intentó superar los índices de audiencia de las anteriores producciones autóctonas y convertirse en competencia para el canal *Acasa TV*. Para lograr esta meta, Giuliano Doman, General Manager de *Tandem Film* empleó la misma estrategia de *Media Pro Pictures* –quienes habían invitado a actores latinoamericanos para actuar en las producciones rumanas, genrando interesantes casos de hibridación a nivel de producción. Teniendo como modelo de éxito de este tipo de colaboración, Doman propuso al actor argentino Gabriel Corrado actuar en el papel del padrastro de Alessia, la hija del marinero abandonada en España, aunque este proyecto de integrar al actor argentino finalmente no se ha llevado a cabo (““Fiicele marinarului“, în căutarea răzbunării,” s.f.). Sin embargo, a pesar de los esfuerzos del productor y conforme a los estudios estadísticos de *GfK Romania*, la telenovela *Regina* transmitida por el canal *Acasa TV* tuvo un rating que superó fácilmente al de *Antena 1*: 9,3 puntos comparado con 5,8 puntos que obtuvo *Las hijas del marinero* (““Regina”, cel mai bun serial din Romania”, s.f.).

La canción de la telenovela, con el título *Iarta-mă / Perdóname* es interpretada por un conocido cantante rumano Ovidiu Komorniyk, cuyo nombre también había sido elegido como parte de la estrategia para aumentar las audiencias de la telenovela.

A pesar de su éxito inicial, la crisis económica que afectó también a Rumania en el año 2009 congeló el proyecto, lo que hizo que la telenovela se quedase inacabada. Por lo tanto, la venganza de las hijas, que había constituido el motor principal de la trama no tuvo repercusión alguna en el padre. Aunque inicialmente la historia había sido pensada para desarrollarse a lo largo de 120 capítulos, al cabo de los 70, la productora cortó de forma brusca el hilo narrativo, con la imagen de las hijas en frente del padre, quién supo sólo en aquel momento que tenía tres hijas. A pesar de la promesa de la productora de dar un seguimiento a la historia, bajo petición de un público contrariado por un final inesperado, la telenovela nunca llegó a ser finalizada. Esto se justifica por la crisis económica prorrogada, que no permitió que el proyecto se reanudara ulteriormente (S. Voinea, comunicación personal, Septiembre 6, 2011).

Aunque la base narrativa de *Las hijas del marinero* sea construída por una historia que respeta las reglas clásicas del género melodramático, ésta resulta a la vez innovadora y exótica, a través de su acción ambientada fuera del territorio nacional, en tres locaciones distintas.

A pesar de la crisis económica, el presupuesto asignado a la producción de la telenovela permitió concebir una trama que implicara rodajes en el extranjero. Así, esta telenovela cuenta, igual que las producciones de *Media Pro Pictures: Corazón de gitano*, *Regina* y *State de Rumania*, *estudiante en la Sorbona* y *El honor de amar*, con escenas rodadas en países como Marruecos (Tanger), España (Barcelona) y Ucrania (Odessa). Desde Tanger, los equipos de producción se trasladaron a Barcelona y luego a Odessa. En paralelo, se rodó también en Bucarest y en otras locaciones de Rumania. El presupuesto considerable invertido en esta telenovela superó ampliamente al de las más costosas producciones hasta el momento. *Inimă de țigan* que costó 2 millones de dólares, igual que su *spin-off*, *Regina*, habían sido consideradas, en términos prosupuestarios, como producciones “record para el mercado rumano” (““Regina”, o noua productie fascinanta”, s.f.), antes de que se produjera la telenovela *Las hijas del marinero*.

La implantación y la adaptación de la historia a lugares lejanos como España, Marruecos o Ucrania supuso el trabajo concertado de varios equipos, en entornos multiculturales y multilingües. En sí, este trabajo conjunto de producción de *Las hijas*

del marinero se queda detrás del escenario, escondido de los ojos del público, pero resulta relevante para el resultado visible en las pantallas, cuando la telenovela llega a las casas de los telespectadores. A este punto, conviene detenernos sobre los aspectos del multiculturalismo y del multilingüismo –relacionados, por un lado, con el rodaje realizado por el equipo rumano en el extranjero y, por otro lado, con el uso de varios idiomas en la telenovela– que destacan como particularidades de esta producción rumana.

En cuanto al rodaje efectuado por el equipo rumano en el extranjero, el trabajo bien orquestrado en un ambiente multilingüístico y multicultural llegó a generar una estrecha colaboración con los equipos de los distintos países que participaron en él, ya sea como profesionales de producción, o como figurantes. Voinea menciona como claves del éxito de semejante colaboración la adaptabilidad y la flexibilidad por parte de los equipos participantes en un proyecto que se caracteriza principalmente por su internacionalización. Las diferencias culturales y profesionales lograron ser superadas en un equipo formado por 35-40 personas de los que mitad eran rumanos y la otra mitad, extranjeros (S. Voinea, comunicación personal, Septiembre 6, 2011). En cuanto al nivel de comunicación entre los miembros del equipo, experiencia y ritmo de trabajo, que fueron determinantes para el buen desarrollo del rodaje, el director de la telenovela hace una valoración a raíz de su participación en el proceso:

Dintre colaboratorii noștri din echipele de filmare, spaniolii au fost cei mai calificați. Catalanii au avut un ritm bun de muncă, fiind foarte eficienți. Ucrainenii aveau experiență, însă și un stil mai lent în executarea sarcinilor. Marocanii, în schimb, aveau motivația de a face lucrurile bine, dar aveau o experiență foarte limitată, lucru care nu ajută foarte mult. Dar componenta românească existentă în echipă și-a jucat rolul și lucrurile au ieșit bine.²⁰⁷ (S. Voinea, comunicación personal, Septiembre 6, 2011).

²⁰⁷ “Entre nuestros colaboradores en los equipos de rodaje, los españoles fueron los más cualificados. Los catalanes tuvieron un buen ritmo de trabajo, siendo muy eficientes. Los ucranianos tenían experiencia, pero también un estilo más lento en ejecutar las tareas. Los marroquíes, en cambio, tenían la motivación de hacer las cosas bien, pero contaban con una experiencia muy limitada, que no ayudaba mucho. Pero la componente rumana existente en el equipo participamos y las cosas salieron bien” (traducción de la autora).

Con respecto al multilingüismo dentro de la telenovela, que es otro aspecto peculiar de *Las hijas del marinero*, cabe mencionar que los actores rumanos han tenido que hacer un esfuerzo complementario, que supuso el aprendizaje de una cantidad considerable de réplicas en lenguas extranjeras, aunque la mayoría de los diálogos fueran en rumano. Por ejemplo, las últimas palabras de la madre de Jamila antes de fallecer fueron pronunciadas en árabe, mientras que Vera conversaba con su madre en ruso, lo mismo que hacía Alessia con su familia, en español. Para el público rumano, las réplicas fueron subtituladas, tal como es la costumbre también en el caso de las telenovelas latinoamericanas emitidas en Rumania o de cualquier otro producto audiovisual extranjero presentado por la tele en el país. Con el fin de adaptarse lingüísticamente a sus personajes, los actores de *Las hijas del marinero* recibieron clases de árabe, español y ruso (S. Voinea, comunicación personal, Septiembre 6, 2011). Aunque hayan recibido clases de idiomas, las réplicas en español resultaron las más fáciles de recordar, posiblemente por la raíz común latín y por la familiaridad con el español como lengua de las telenovelas latinoamericanas, vínculo que no existía en el caso de los otros dos idiomas. Por lo tanto, las frases en árabe y en ruso resultaron más laboriosas para memorizar y recordar (““Fetele marinarului” i-au sedus pe veteranii teatrului”, 2009). Durante el casting, en el momento de la selección de los actores, los productores han prestado especial atención a las dotes lingüísticas de los actores, para asegurarse de que el aprendizaje de réplicas en otros idiomas no les supondría un problema. Así, el someter a los potenciales actores a pruebas difíciles durante el proceso de selección aseguró al equipo contar con la facilidad, la dedicación y el deseo de aprender de los actores escogidos:

Am ales personal pe protagonistele telenovelei – cele trei fiice ale marinarului, care urmau sa vorbească fiecare într-o limbă diferită. Niciuna nu vorbea limbi străine cu excepția uneia care știa puțină spaniolă. Personajul principal, Jamila, avea o sarcina dificilă și anume aceea de a conversa și în arabă. Totuși, fiind o actriță foarte bună –lucru vizibil încă din timpul castingului– a învățat replicile fonetic. Dăruirea și dedicarea actorilor s-a văzut și din învățarea altor limbi străine²⁰⁸ (S. Voinea, comunicación personal, Septiembre 6, 2011).

²⁰⁸ “He escogido personalmente a las protagonistas de la telenovela –las tres hijas del marinero, que iban a hablar cada una en un idioma distinto. Ninguna hablaba lenguas extranjeras, salvo una de ellas que se

En términos de competencia entre *Regina* y *Fetele marinarului / Las hijas del marinero*, transmitida en el mismo momento que la telenovela de *Acasa TV* por el canal *Antena 1*, observamos que el rating logrado por *Regina* le ha aportado el mérito de ser la serie más visionada, con una media de rating de 9,3 puntos y una cuota de mercado de 20,3%, mientras que la telenovela *Las hijas del marinero*, se encontraba más abajo, con sólo 5,8 puntos de rating y una cuota de mercado de 13,8% (““Regina”, telenovela-fenomen”, s.f.).

Como elementos característicos, *Las hijas del marinero* suma la temática basada en una idea original, la conjunción del rodaje nacional e internacional y el plurilingüismo. La serie ha logrado cumplir con las expectativas de los productores, atrayendo unas ganancias de aproximadamente 1,5 - 1,7 millones de euros, casi equivalente a su coste de producción (Obae, 2009).

Aunque el aspecto multilingüístico no sea primordial en la telenovela debido al uso predominante del idioma rumano, éste resulta llamativo en cuanto a la variedad de idiomas empleada, que no se encuentra en telenovelas latinoamericanas o en otras telenovelas rumanas previas. Además, la deslocalización de los lugares de rodaje en tres países extranjeros contribuye a la originalidad de la producción, generando la colaboración del equipo rumano con equipos locales. El multilingüismo nos autoriza, por lo tanto, hablar de una telenovela auténtica, realizada según una idea original de los productores rumanos.

Podemos afirmar, entonces, que en las *Hijas del marinero*, el caso de proximidad cultural se da mediante la presencia de elementos de la realidad rumana contemporánea, a los que se les añaden la novedad y la componente exótica, ofrecida por el rodaje en otros países lejanos de la cultura rumana. A raíz de las particularidades de producción detalladas más arriba, consideramos que esta telenovela se aleja considerablemente de los modelos latinoamericanos mexicano y brasileño, para sacar a la luz la originalidad basada en la experiencia adquirida por los equipos rumanos a lo largo de los años, en cuanto a la realización de telenovelas autóctonas.

podía defender en español. El personaje principal, Jamila, tenía una tarea difícil, la de expresarse también en árabe. Sin embargo, siendo una actriz muy buena –lo que fue visible ya desde el casting– aprendió las réplicas fonéticamente. El don y la dedicación de los actores se ha visto también en el aprendizaje de otros idiomas” (traducción de la autora).

5.6.2 *Narcisa Salbatică / Narcisa la salvaje*

La telenovela *Narcisa Salbatică / Narcisa la salvaje* (Ver anexo 19) fue emitida durante dos temporadas, en el periodo septiembre de 2010 – septiembre de 2011, de lunes a jueves a partir de las 22 horas a través del canal comercial *Antena 1*. *Tandem Film* y *La Dolce Vita Productions* ofrecen a los telespectadores una producción híbrida original, a raíz de un guión confeccionado por el actor argentino Gabriel Corrado. El actor principal de *Perla negra* (1994-1995, *Telefe*, Argentina) y de *Hombre de mar* (1997, *Canal 13*, Argentina) colabora por tercera vez escribiendo un guión para *Antena 1*, después de haberse previamente estrenado en Rumanía con los guiones de las telenovelas *El secreto de María* (2005-2006) y *La voz del corazón* (2006-2007), las dos realizadas por *La Dolce Vita Productions*, en colaboración con *Intact Production*. Desde su experiencia como guionista para las otras dos producciones rumanas mencionadas, Corrado adapta la historia de *Narcisa la salvaje* para el público rumano. Igual que en el caso de las otras dos telenovelas, el guión de ésta tercera, interpretado por actores rumanos, con los que el público nacional llega a identificarse, se construye en torno a la expresión de sentimientos universales.

A lo largo de la telenovela, a los actores rumanos se les suma en algunos capítulos el guionista, Corrado, como actor consagrado de telenovelas, lo que responde a una estrategia concebida para ganar audiencias, igual que en el caso de otras producciones previas, que tuvieron como protagonistas a actrices de telenovelas latinoamericanas como Gabriela Spanic, Edith Gonzáles o Carolina Tejera. En el presente caso, el actor argentino aparece, a lo largo de algunos capítulos, junto a la coordinadora del proyecto de la telenovela, Augusta Lazarov. Ella actúa en el papel de Alma, la asistente de Leonardo, un importante empresario extranjero, que llega a conocer a Narcisa y queda impresionado por su belleza y por la nobleza de su alma. El hecho de que Lazarov haya vivido en España le hace idónea para interpretar este papel, dado que los dos intercambian las réplicas en español.

Corrado participó en una reunión con los productores en Rumania cuando el proyecto estaba en la fase de preparación y, ulteriormente, mantuvo el contacto con el equipo de producción rumano desde Buenos Aires. La contribución de Gabriel Corrado

como actor de la telenovela *Narcisa la salvaje*, además de guionista, fue apreciada²⁰⁹ por el director de producción rumano Sebastian Voinea y por Draga Olteanu²¹⁰, una actriz consagrada de películas rumanas, que actuó también en esta telenovela. También Ion Haiduc, otro actor rumano con experiencia en cinematografía rumana, destaca el papel de la profesión como actor de Corrado, lo que influye positivamente en la expresión de las réplicas que resulta más realista, verídica y cercana al telespectador (Lupu, 2010). Sin embargo, *Narcisa la salvaje* se aleja del guión latinoamericano, particularmente en cuanto a la presencia escenas de sexo explícito, que en las telenovelas latinoamericanas son veladas o sugeridas.

El guión escrito por Corrado, interpretado también por algunos actores²¹¹ presentes en la telenovela anterior, *Las hijas del marinero*, cuenta la evolución de la historia de amor entre Tudor (Gabriel Duțu), un abogado exitoso y Narcisa (Alina Pușcaș), una chica pobre, pero muy guapa, salvaje”, de carácter duro y poco educada, acostumbrada con salir adelante mediante sus propias fuerzas. Representa una adaptación de la historia de Cenicienta, que solemos encontrar también en las telenovelas latinoamericanas, pero que esta vez es interpretada por actores rumanos, lo que hace que las audiencias se identifiquen más fácilmente, a través de la proximidad cultural, con las situaciones presentadas y con los personajes.

En cuanto a la proximidad cultural generada por esta telenovela desde el punto de vista de las escenas de exteriores ambientadas en espacios típicos rumanos, el rodaje

²⁰⁹ “La actuación de Gabriel Corrado en *Narcisa la salvaje*, le evidenció como buen actor a nivel profesional y como una persona muy agradable a nivel personal. Dada su experiencia en el rodaje de telenovelas, fue fácil trabajar con él, incluso más fácil que con muchos de los actores rumanos. La diferencia de idioma ha sido casi imperceptible a la hora de comunicarnos, porque yo comprendía el español y así llegamos a interaccionar en su idioma, sin la ayuda de ningún traductor y los resultados de la colaboración han sido de los mejores” (S. Voinea, comunicación personal, Septiembre 6, 2011).

²¹⁰ Actriz famosa en Rumania por haber actuado en más de 90 películas rumanas – entre cuales mencionamos algunas historias inspiradas en libros escritos por autores nacionales: *Dumbrava Minunată* (1980), *Coana Chirița* (1986) y *Dănilă Prepeleac* (1996), en más de 50 obras de teatro como: *Coana Chirița*, *Gaițele / Los arrendajos*, *Visul unei nopți de iarnă / El sueño de una noche de invierno*, *Minunile Sfântului Sisoe / Las maravillas de San Sisoe* y en la telenovela *Narcisa Salvaje*.

²¹¹ Por ejemplo, Ion Haiduc, que interpretó en la telenovela *Las hijas del marinero* el papel de un ucraniano, en la telenovela *Narcisa la salvaje* actúa en el papel del escultor para el que Narcisa trabaja como modelo. Otros actores presentes en el reparto de las dos telenovelas fueron también Andrei Aradis y Nicole Nițu.

se realizó en la localidad Vălenii de Munte, situada a aproximadamente 100 km de Bucarest. El entorno natural y las casas típicas de pueblo rumano globalizan, “rumanizan” la acción de la telenovela en un espacio familiar para el público, lo que ofrece la posibilidad a los espectadores de identificarse con los lugares comunes que definen esta idea de “rumanidad”. Por otro lado, el sabor “exótico” se mezcla con el sabor local, a través de escenas rodadas fuera de Rumania, en Venecia, como tierra de ensoñación, que permiten al espectador evadir de la realidad cotidiana.

Como consecuencia, la magia que surge en la realidad cruel hace esta telenovela actuar como un sueño en la vida real del telespectador. Según las afirmaciones del director de *Tandem Film* y productor de la telenovela, Giuliano Doman:

”Narcisa salbatică” poate fi preferata telespectatorilor deoarece este un basm al zilelor noastre, în care oricine se poate regăsi. Scenariul se bazează pe naturalețe, pe rețeta clasică de telenovela și nu conține artificii inutile doar pentru a atrage atenția. Relațiile dintre personaje sunt construite cu mult farmec și sensibilitate²¹² (Doman, citado en Vataman, 2010).

El productor de la telenovela añade que esta es “una combinación entre Cenicienta y Pigmalión” (Doman, citado en Vataman, 2010), explicando la construcción de este imaginario en el caso concreto de la telenovela *Narcisa la salvaje*:

Faptul că Tudor devine un fel de Pygmalion pentru Narcisa, reușind să o transforme dintr-o fată de la țară, needucată, într-o tânără delicată, cizelată, este un lucru posibil, frumos și meritoriu. De fapt, “Narcisa salbatica” este o combinație între Cenusareasa și Pygmalion, care, în definitiv, se detasează prin autenticitate. Este o poveste care se întâmplă în România, cu personaje autohtone²¹³ (Doman, citado en Vataman, 2010).

²¹² ““Narcisa la salvaje” puede llegar a ser la serie favorita de los telespectadores porque es un cuento de hoy en día, en el que cualquiera se puede identificar. El guión está basado en la naturalidad, en la receta clásica de telenovela y no contiene artificios inútiles que sirven solo para llamar la atención. Las relaciones entre los personajes son construidas con mucho encanto y sensibilidad” (traducción de la autora).

²¹³ “El hecho de que Tudor se convierta en una especie de Pigmalión para Narcisa, consiguiendo transformarla a partir de una chica de pueblo, sin educación, en una joven delicada y refinada, es algo

Augusta Lazarov, *head of entertainment* de *Antena 1* y coordinadora de producción de esta telenovela, afirma que la historia es cautivante e impredecible: “Nimic nu este ceea ce pare și totul se transformă pas cu pas. Trebuie doar să credem că imposibilul poate deveni posibil! [...] *Narcisa sălbatică* este o poveste minunată, plină de sentimente care captivează. Trăirile sunt atât de intense, încât personajele pot deveni parte din viața noastră”²¹⁴ (traducción de la autora) (Lazarov, citada en Simionescu, 2010).

Las afirmaciones de Lazarov se encuentran en consonancia con la información ofrecida por canal *Antena 1*, transmisor la telenovela. Se hace, por lo tanto, hincapié en los mismos aspectos constituidos por una historia basada en sentimientos universales, pero ambientada en Rumania. Así, universalidad y particularidad sirven de “gancho” para el espectador rumano:

Autenticitatea poveștii pe care Narcisa și celelalte personaje o trăiesc este elementul cheie al telenovelei difuzate de Antena 1. Întâmplările și emoțiile prin care trec personajele, încercările la care sunt supuși pot face parte din viața oricărui telespectator pentru că “*Narcisa Salbatică*” este o poveste care se petrece în România, cu oameni obișnuiți²¹⁵ (“Final de sezon plin de tensiune”, 2009).

Sin embargo, aunque la historia interpretada por actores rumanos esté anclada en la realidad contemporánea del país, el motivo de inspiración latinoamericana casi omnipresente en las telenovelas rumanas —el de la diferencia de clase social— es

posible, bonito y merecedor de atención. De hecho, “*Narcisa la salvaje*” es una combinación perfecta entre Cenicienta y Pigmalión, que, en definitiva, destaca por su autenticidad. Es una historia que sucede en Rumania, con personajes autóctonos” (traducción de la autora).

²¹⁴ “Nada es lo que parece y todo se transforma paso a paso. Solo tenemos que confiar en que lo imposible puede ser posible! [...] *Narcisa la salvaje* es una historia maravillosa, llena de sentimientos que cautivan. Las vivencias son tan intensas, que los personajes pueden llegar hasta convertirse parte de nuestra vida” (traducción de la autora).

²¹⁵ “La autenticidad de la historia que Narcisa y los demás personajes viven es el elemento clave de la telenovela emitida por Antena 1. Los sucesos, las emociones vividas por los personajes y las pruebas a la que están sometidos pueden surgir en la vida de cualquier espectador, porque “*Narcisa Salvaje*” es una historia que sucede en Rumania, protagonizada por gente común” (traducción de la autora).

remarcable también en *Narcisa la salvaje* a través de los interiores lujosos de chalets, de la presencia de la criada en la casa del abogado, que contrastan visiblemente con la casa modesta donde vivía en pobreza Narcisa con su abuela. Sin embargo, en las telenovelas rumanas en general y en *Narcisa la salvaje* en particular, la criada aparece más bien como la persona de confianza que lleva los asuntos de la casa, que en términos de una jerarquía marcada, como a menudo se ve reflejada en las telenovelas latinoamericanas.

Por otro lado, observamos que esta telenovela toca también problemáticas de índole social, similares a aquellas presentadas por el modelo mexicano de telenovela de *Azteca TV* o de la brasileña *Globo*, como la violación y el aborto en el caso de personas menores. Es ilustrativo el caso de Anastasia, la hija mayor de Tudor, quién evita el aborto –gesto que interpretamos como reflejando cierta reticencia de la sociedad rumana ante este tipo de prácticas que van en contra de la religión. También se nos presenta, en segundo plano, una relación homosexual, entre el pintor y escultor Octavian y su pareja, David. La relación se complica más adelante en la telenovela, cuando se descubriría de que Narcisa, que trabaja como modelo para Octavian es su propia hija. Otra situación se da en el caso de Eliza, la hermana de la difunta esposa de Tudor, quién descubre que su psicóloga es lesbiana y quiere entrar en una relación con ella, llevada por el deseo de experimentar algo nuevo.

De acuerdo con estas observaciones y según la percepción de Sebastián Voinea, director de producción de *Narcisa la salvaje*, la fórmula tan presente en las telenovelas latinoamericanas –sobre todo mexicanas– de la exageración de los hechos en una telenovela, sigue funcionando y generando audiencias, aunque esta tendencia pueda tener también un efecto no deseado de alejar a aquellos espectadores quienes piensan que lo que ven es una exageración muy lejana de la realidad:

Telenovela “Narcisa sălbatică” este, din punctul meu de vedere, una din telenovelele cele mai “retro”, având în vedere faptul că scenaristul este sudamerican. “Retro” în sensul exagerării acțiunii: nu atât din punctul de vedere al interpretării actorilor, ci din punctul de vedere al subiectului și al acțiunii. Lucrurile au fost duse aproape la extremă. Însă, în ciuda acestor exagerări, telenovela s-a bucurat de mult succes, ceea ce demonstrează faptul că formula

“exagerării exagerate” încă funcționează.²¹⁶ (S. Voinea, comunicaci3n personal, Septiembrie 6, 2011).

Tras la b3squeda de la “f3rmula m3gica” acertada que atrajera y mantuviera viva la atenci3n del p3blico, la telenovela *Narcisa la salvaje* ha encontrado un ingrediente suficientemente llamativo: las escenas er3ticas, presentes en algunos episodios m3s que en otros.

Cum se řtie c3 sexul vinde destul de bine, 3n telenovel3 s-au introdus secvenęe erotice ca ři ingredient necesar pentru a atrage publicul. Aceasta nu 3nseamn3 c3 telenovelele care nu conęin scene explicite de acest tip nu se bucur3 de succes, dar e adev3rat ři faptul c3 cele care le conęin, au parte de audienęe mai ridicate²¹⁷ (S. Voinea, comunicaci3n personal, Septiembrie 6, 2011).

Voinea hace una comparaci3n muy ilustrativa relativa a las telenovelas coreanas, de inspiraci3n hist3rica, hechos hist3ricos donde las escenas con contenido sexual no encuentran su lugar como pasa en las telenovelas “latinas”, orientadas m3s visiblemente hac3a escenas de pasi3n:

Telenovelele coreene cu conęinut istoric au implicit mai puęine scene de sex, care 3n acest caz nu ar fi adecvate, ci nelalocul lor. 3n schimb, 3n lumea noastra latin3, řtim c3 pasiunile sunt mai efervescente ři mai vizibile. Ařadar, scenele pasionale care apar 3n telenovele nu par at3t de nepotrivite, ařa cum s-ar 3nt3mpla 3ntr-o lume mai 3nchis3 ři mai tradięional3. Din acest punct de vedere ři

²¹⁶ “La telenovela “Narcisa la salvaje” es, desde mi punto de vista, de las telenovelas las m3s “retro”, dado que el guionista es suramericano. “Retro” en el sentido de exageraci3n de la acci3n: no tanto desde el punto de vista de la actuaci3n de los actores, sino que desde el punto de vista de la trama y de la acci3n. Las cosas se han llevado bastante al extremo. Pero, a pesar de estas exageraciones, la telenovela ha tenido mucho 3xito, lo que demuestra que esta f3rmula de “exageraci3n exagerada” todav3a funciona” (traducci3n de la autora).

²¹⁷ “Como se sabe que el sexo vende bastante bien, en la telenovela se han introducido secuencias er3ticas como ingrediente necesario para atraer al p3blico. Esto no quiere decir que las telenovelas que no contienen escenas expl3citas de este tipo no tengan 3xito, pero s3 es verdad que las que las tienen, aportan m3s audiencias” (traducci3n de la autora).

publicul este împărțit în două: grupul “puritanilor” și grupul “liberalilor” ²¹⁸ (S. Voinea, comunicación personal, Septiembre 6, 2011).

A esta afirmación de Voinea, nos resulta relevante añadir una consideración relativa al “puritanismo” y al tradicionalismo visibles en las telenovelas coreanas, que tiene que ver también con una tendencia cultural en cuanto a la expresión de las emociones en esta parte del mundo. Por lo contrario, en Rumanía como país latino, la forma de expresar los sentimientos es ya más exagerada que en los demás países de origen eslavo de Europa Central y del Este y aún más que en un país como Corea. Sin embargo, explicamos el éxito de las telenovelas coreanas en Rumania –por lo que Voinea hace referencia justo a este tipo de series tan diferentes de las latinoamericanas y de las rumanas– a través de lejanía respecto a la cultura rumana, que aporta exotismo y novedad al público local.

Volviendo a la *Narcisa la salvaje*, esta telenovela muestra un lado pasional, que culmina con escenas eróticas desde su inicio. En la segunda mitad de la telenovela, este tipo de escenas, que se habían vuelto predominantes, fueron criticadas por el *Consejo Nacional del Audiovisual* rumano y el canal *Antela 1* fue sancionado. Como resultado, estas tomas de actitud influyeran de forma negativa en las audiencias (S. Voinea, comunicación personal, Septiembre 6, 2011). La información al respecto presente en la página oficial del *Consejo Nacional del Audiovisual* rumano aparece detallada de la siguiente manera:

Consiliul Național al Audiovizualului a sancționat postul ANTENA 1 cu somație publică, întrucât, episoadele filmului serial „Narcisa sălbatică”, din perioada 29 noiembrie - 9 decembrie 2010, în care au fost prezentate scene de sex sau cu

²¹⁸ “Las telenovelas coreanas con contenido histórico tienen implícitamente menos escenas de sexo, que en este caso parecerían inadecuadas y sobrantes. En cambio, en nuestro mundo latino, sabemos que las pasiones son más efervescentes y más visibles. Por lo tanto, las escenas pasionales que salen en las telenovelas no parecen tan fuera del lugar como en un mundo más cerrado y más tradicional. Desde este punto de vista, el público también está dividido en dos: el grupo de los “puritanos” y el grupo de los “liberales”” (traducción de la autora).

conotații sexuale și în care a fost folosit un limbaj licențios, au fost difuzate cu încălcarea prevederilor art. 21²¹⁹ din Codul audiovizualului.

Potrivit dispozițiilor invocate, producțiile audiovizuale care prezintă, în mod repetat, scene de sex sau cu conotație sexuală, limbaj obscen, persoane în ipostaze degradante, precum și consumul de droguri pot fi difuzate numai în intervalul orar 23.00–6.00²²⁰ (“Decizia nr. 1214 din 14.12.2010”, s.f.).

Como consecuencia de esta crítica y ante el rechazo de *Antena 1* de cambiar el horario de emisión de la telenovela después de las 23:00, se ha procedido a la autocensura de las escenas identificadas por el CNA como inadecuadas para dicho horario de transmisión.

Por otro lado, para nuestro análisis relacionado a la intertextualidad, resulta interesante resaltar el diálogo entre el mundo de los actores de telenovelas y las canciones que a veces estos interpretan, lo que les hace estrenarse también como cantantes. Igual que en el caso de Adela Popescu, aunque no llegue a tener su éxito en el

²¹⁹ El artículo 21 del Código audiovisual estipula: “pot fi difuzate numai în intervalul orar 23.00–6.00 producțiile audiovizuale care prezintă, în mod repetat:

- a) violență fizică, psihică sau de limbaj;
- b) scene de sex sau cu conotație sexuală, limbaj obscen;
- c) persoane în ipostaze degradante;
- d) consumul de droguri.”

[se pueden emitir solamente en el interval horario 23.00–6.00 las producciones audiovisuales que presentan, reiteradamente:

- a) violencia física, psíquica o de lenguaje;
- b) escenas de sexo o con connotación sexual, lenguaje obsceno”;
- c) personas en hipóstasis degradantes;
- d) consumo de drogas]. (traducción de la autora) (“Decizia nr. 1214 din 14.12.2010”, s.f.).

²²⁰ El Consejo Nacional del Audiovisual ha sancionado el puesto ANTENA 1 a través de una comparecencia pública, dado que, los capítulos de la serie “Narcisa la salvaje” del 29 de noviembre – 9 de diciembre 2010, en los que se presentaron escenas de sexo o con connotaciones sexuales y en los que se ha utilizado un lenguaje licencioso, se han emitido en incumplimiento con las previsiones del artículo 21 del Código audiovisual.

En conformidad con las disposiciones invocadas, las producciones audiovisuales que presentan, de forma repetada, escenas de sexo o con connotaciones sexuales, lenguaje obsceno, personas en hipóstasis degradantes, además del consumo de drogas, se pueden emitir solamente en el interval horario de 23.00–6.00 (traducción de la autora).

mundo musical, la protagonista que interpreta el papel de Narcisa, Alina Pușcaș, canta junto a otro cantante rumano, Grasu XXL, la melodía cuyos versos fueron compuestos por ella misma. La canción, con el mismo título que la telenovela, lleva la firma de Marius Moga, ya conocido por sus contribuciones previas en las producciones musicales de las telenovelas *El secreto de María* y *Amor como en las películas*.

Después de dos temporadas de éxito basado ampliamente en el ingrediente principal de esta telenovela que fue la componente sexual, esta telenovela rumana logró fidelizar diariamente a su público. Dadas las reacciones favorables del público que han impulsado las cifras de audiencias, se ha realizado un *spin-off* de la telenovela, bajo el nombre *Narcisa. Amores ilegales*.

5.6.3 *Narcisa. Iubiri nelegiuite / Narcisa. Amores ilegales*

“[...] pero algo nuevo surgirá, que sacudirá la tranquilidad de esta pareja”, que son las palabras que resumen el suspense con el que terminó la primera temporada de *Narcisa la salvaje*, permitió seguir la historia con un *spin-off*: *Narcisa. Amores ilegales* (Ver anexo 20) (Ver tráiler 12), que retoma una parte de los personajes de la telenovela original y añade a otros, generando una nueva intriga y desencadenando un nuevo desenlace, igual que pasó en el caso de las dos telenovelas de la marca *MediaPro Pictures*: *Regina*, como *spin-off* de la producción *Corazón de gitano*. Para recordar a los espectadores la historia que había generado el hilo narrativo de *Narcisa la salvaje*, el *spin-off* empieza con una breve presentación de la escena del accidente en la que Narcisa salva a Tudor y a sus tres hijos. El accidente es el elemento desencadenante que les junta a los dos, después de varios enredos y obstáculos generados por los personajes “malos”, pero quienes la pareja enfrenta y vence. Los espectadores que siguieron también la primera producción pueden remarcar los cambios que se producen en la personalidad de Narcisa, que llega a convertirse, de una chica maleducada de pueblo en una mujer educada, que consigue controlar sus impulsos, convirtiéndose en empresaria.

Los productores de *Narcisa. Amores ilegales* volvieron a apostar por el horario de máxima audiencia, igual que en el caso de la telenovela original. El elemento de novedad de esta producción –resultada a raíz del éxito previo de la *Narcisa la salvaje*– pensado con la misma finalidad de atraer a las audiencias, fue el rodaje de escenas de la telenovela en lugares miríficos de Grecia (““Narcisa Salbatica” - filmari exceptionale”,

2011). Los viajes en cruceros de lujo y las locaciones las más pintorescas estaban pensados para introducir a los espectadores en un mundo de ensoñación, igual que en *Narcisa la salvaje*, que tuvo escenas de exterior rodadas en Venecia.

A pesar de que siguiera la misma receta que había aportado éxito a la historia de origen en la telenovela de partida, el intento de realizar una nueva serie melodramática a partir de la original tuvo que ser abortado al poco tiempo después de su inicio (“Adio, Narcisa!”, 2011). *Narcisa. Amores ilegales* cesó de transmitirse después de solo 36 capítulos, que estuvieron en la parrilla del canal *Antena 1* durante aproximadamente dos meses y medio, entre el mes de septiembre y hasta mediados de noviembre de 2011.

Por lo tanto, aunque la intención de los productores era la de crear un producto longevo que durara varias temporadas, es esfuerzo para conseguir audiencias y la apuesta por otros programas que pudieran tener más éxito que esta telenovela les obligó a encontrar un final interesante, lo más pronto posible (Manea, 2011). Por tanto, la tentativa de producir un *spin-off* de la telenovela acaba generando nada más que una secuela, que acaba a poco tiempo después de su comienzo. Respecto de la primera producción, *Narcisa la salvaje*, cuyo éxito determinó la iniciativa de continuar el proyecto con una nueva producción, no se puede afirmar que haya tenido lugar cambio sustancial alguno en cuanto al modo de desarrollo de la historia. La falta de cualquier tipo de explicación por parte de los productores en cuanto al final de la telenovela comprueba los dichos de Sebastián Voinea, quién afirma que “existe una variable difícil de controlar hoy en día: el público no solo se ha vuelto muy pretencioso, sino que también muy inestable” (S. Voinea, comunicación personal, Septiembre 6, 2011).

5.7 Inspiración latinoamericana y originalidad nacional convergen en las telenovelas rumanas

La producción a nivel nacional en el año 2011 ya contaba con 7 años de experiencia y con un abanico de producciones diverso, basado en guiones originales, que alcanzó la quincena. La telenovela rumana –aunque esté creada a partir de modelos de telenovela externos– se ha adaptado, a través de la temática abordada, a la realidad nacional, inspirándose a partir de eventos sociales que destacan en plan local, en el contexto de la transición a la democracia. Así la producción de telenovelas nacionales se transforma en

un fenómeno similar al de las importaciones, que llegaron en el contexto de la transición a la democracia en Rumania a principios de los años 90.

Para ilustrar este fenómeno mediante ejemplos puntuales, es preciso recordar el caso de las primeras producciones rumanas, realizadas entre los años 2004-2006, que identificamos como similares al modelo mexicano de telenovela de *Televisa* – *Sólo el amor* (*MediaPro Pictures*, 2004) y *Lágrimas de amor* (*MediaPro Pictures*, 2005), en las que el amor trágico, ambientado en una época convulsa y propensa a la inestabilidad económica y social en Rumania constituye la columna vertebral de las tramas.

Las telenovelas que siguen a estas dos primeras mantienen las mismas características de producción en cuanto a los tiempos de producción y de transmisión, presentando leves variaciones de una a otra en cuanto a la temática inspirada de las realidades rumanas contemporáneas. Para demostrar la adaptación del modelo mexicano de telenovela (más parecido a aquello de *Azteca TV*) a las especificidades de Rumania, es relevante recordar un aspecto destacado: el contexto, que cambia completamente respecto de las telenovelas mexicanas. Las situaciones que abarcan son específicas a un país en transición, cuyo pasado comunista constituye todavía una herencia que dejó huella en la sociedad rumana, pero que se abre cada vez más en cuanto a mentalidad.

Siguiendo con una tendencia que ya pudimos observar en algunas *sitcoms* nacionales, como, por ejemplo, *En el bloque* (*MediaPro Pictures*, 2002-2008), en la telenovela *El secreto de María* (*Intact Media Group & La Dolce Vita*, 2005-2006) nos encontramos con que uno de los personajes, Remus, que llega a trabajar como animador travesti en un bar de Bucarest, determina a su familia de principios conservadores a tener una mentalidad más abierta y a aceptar su homosexualidad, en una sociedad post-comunista que manifiesta reticencias ante esta condición.

Los pecados de Eva (*MediaPro Pictures*, 2005-2006) resalta problemáticas sociales que tienen que ver con una forma distorsionada de comprensión de las libertades adquiridas por la sociedad en transición, después de la caída del régimen comunista, entre cuales el consumo de drogas, que se convierte en un problema social en la Rumania post-comunista.

La telenovela *Amor como en las películas* (*MediaPro Pictures*, 2006-2007) adapta en Rumania la telenovela mexicana *Como en el cine* (2001, *TV Azteca*). La particularidad de la versión rumana, con respecto al modelo, es que el aspecto erótico expresado de forma explícita está mucho más presente que en la versión mexicana. Al mismo tiempo, el hecho de que el guión se aleje del original en un cierto punto,

rompiendo con los estereotipos telenovelescos, demuestra también cierta capacidad de innovación en cuanto a su acercamiento a situaciones de vida cotidiana. Este alejamiento del guión original se realiza con el fin de insertar elementos de proximidad cultural, que acercan al público a aspectos incrustados en el imaginario nacional, ligados a la apertura reciente, en el año 2006, de los *Archivos de la Securitate* al público. En estas circunstancias, la novedad reside en la aparición de un personaje femenino que decide vengar la muerte de sus padres, quienes habían perecido como víctimas de las políticas de persecución implementadas por el dictador Ceaușescu. Un aspecto progresista respecto al periodo comunista pasado, que viene expuesto en esta telenovela, es el de las libres uniones y de los hijos fuera del matrimonio, lo que muestra la apertura de la sociedad una vez con el avance en el camino de la democracia.

La voz del corazón (Intact Media Group & La Dolce Vita, 2005-2006), con quión escrito por el argentino Corado, se acerca al público rumano mediante una práctica arraigada en la tradición gitana, relacionada a la lectura de las cartas y la clarividencia. Esta práctica se entretiene con una mezcla de escenas de violencia expresada a través de crímenes, suicidios y peleas y con problemáticas de inspiración nacional contemporánea, como el del aborto, prohibido durante el régimen y legal hoy en día. En *La voz del corazón* se da por primera vez el caso del bilingüismo, a través de la intervención de la actriz de telenovelas venezolana Carolina Tejera, cuyas réplicas en lengua española representan un sin precedente en las producciones rumanas.

Daria, mi amor (MediaPro Pictures, 2006-2007) ve reflejado el turbio proceso de transición al mundo capitalista a través de la imagen de un mundo dominado por luchas por obtener ganancias y por intereses económicos, que supera las relaciones familiares.

Los angelitos (MediaPro Pictures, 2008-2009) muestra otra tendencia de apertura de mentalidades de la sociedad rumana, visible en la trama de la telenovela, que cuenta la historia de un hombre que se transforma en canguro para los hijos de una mujer cuya carrera no le permite dedicarse a ellos tanto como le gustaría. Si en el pasado comunista, el cargo de cuidar a los niños incumbía casi en totalidad a la mujer, hoy en día los hombres se implican en la crianza de los niños, en algunos casos más visiblemente que la mujer, cuando ésta tiene responsabilidades laborales importantes, como sucede en esta telenovela. Aunque sea una tendencia cada vez más presente, no se trata de una situación habitual en la sociedad rumana, sino que más bien sorprendente y, por lo tanto, llamativa a los ojos público.

A parte de las particularidades de adaptación del modelo de telenovela latinoamericano específicamente mexicano a las realidades contemporáneas rumanas, las historias de amor que urden los hilos centrales de estas telenovelas son dignas de un guión latinoamericano, pero interpretado por actores rumanos. La presencia de actores rumanos muy conocidos por su previa trayectoria como actores de teatro o de cine hace que los espectadores se sientan cercanos a su manera de interpretación, descubriendo al mismo tiempo un nuevo estilo, adaptado a las exigencias de actuar en una telenovela. Por otro lado, es interesante remarcar el hecho de que la participación de estos actores consagrados es doblada por la intervención de nuevos actores descubiertos durante los concursos de casting para la asignación de roles en las telenovelas rumanas, elegidos tras una selección similar a la que se hace para conseguir personajes para las telenovelas latinoamericanas (“Casting-urile Mediapro Pictures”, s.f.).

En las primeras telenovelas rumanas se observa que el rodaje de las escenas tiene lugar con preponderancia en interiores. De la misma forma que en las telenovelas mexicanas, que suelen ostentar casas con decoraciones lujosas pertenecientes a personas de clase media-alta, en las telenovelas rumanas se ha optado por interiores similares, donde la presencia de la criada es símbolo de la demarcación entre las clases sociales. Esta estratificación, típica para la sociedad rumana contemporánea, empieza a tomar forma y se agudiza cada vez más con el avance del proceso de transición respecto a la época comunista, cuando no había visible diferencia de clases sociales en el país.

Para algunos de los actores, este primer periodo refleja también la imbricación entre el mundo de la actuación y el mundo musical. Es el caso de Adela Popescu, quién se estrena inicialmente como actriz en las primeras producciones rumanas, para luego dedicarse también a la música, interpretando algunas canciones de telenovelas que ella misma protagoniza. Por otro lado, también hay situaciones en las que famosos del mundo del espectáculo pasan a ser actores de telenovelas, gracias a la familiaridad pre-establecida con el público a través de su carrera musical o en la televisión. Corina Dănilă o Cabral Ibacka, que fueron presentadores de emisiones del canal *Acasa TV*, llegaron a actuar en telenovelas. Ellos representan unos ejemplos ilustrativos, al lado de Loredana Groza, una cantante famosa a nivel nacional que fue actriz y cantante de algunas canciones de telenovelas.

Remarcamos una tendencia de cambio con las telenovelas producidas entre los años 2007 – 2009, que incorporan más escenas de exteriores, comparado con las telenovelas producidas anteriormente. Debido al éxito alcanzado por las telenovelas

previas, las productoras invierten más presupuesto durante este período, cuidando aún más los detalles y generando telenovelas que destacan a través de su calidad. A menudo, las telenovelas de este período incorporan en su trama contenidos de interés social, como el problema de la discriminación en contra de las minorías étnicas en Rumania, el encuentro entre distintas culturas y el choque cultural o el tema del consumo de drogas y del aborto.

De la misma forma que algunas telenovelas latinoamericanas tratan sobre temas tales como las diferencias culturales generadoras de conflictos interculturales en cuando a costumbres y educación, la ética médica, la inseminación artificial, la droga, el VIH, el cáncer o la donación de órganos, las telenovelas rumanas abordan temas similares. Por tanto, además de ilustrar realidades del mundo contemporáneo rumano, lo que tiene como fin hacer reflexionar al público sobre asuntos preocupantes para la población en su conjunto, las telenovelas revisten un papel que pretende hacer visibles ciertos aspectos negativos de la sociedad y tratan de ofrecer alguna solución para la miseria, la corrupción, la discriminación, la integración social u otras dificultades con las que se confrontaba la sociedad rumana en el periodo previo a su adhesión a la Unión Europea.

Concebida según el modelo brasileño de telenovela, que añade componentes de índole socio-cultural al contenido de las telenovelas, *Corazón de gitano* (2007-2008) y *Regina* (2008-2009), son casos *glocalizados*, sobre todo en cuanto a las historias que desarrollan, en las que destaca la presencia de componentes de inspiración social, como la representación de las identidades marginadas y la discriminación étnica como problemas actuales en la sociedad rumana (Villareal, 2008). En el primer caso, el protagonista, que es gitano y médico, rompe con los estereotipos negativos construidos en una sociedad en la que aproximadamente un 2% de la población es de etnia gitana. La telenovela *Regina*, como producción *spin-off* nacida a raíz del éxito de *Corazón de gitano*, da continuación a la historia ambientada en el campamento gitano, donde *Regina* se convierte en personaje principal. Recordamos un interesante elemento local en esta telenovela, que es la presencia de un personaje negativo, antiguo empleado de la institución de control público –la *Securitate*, que interviene como secuestrador de Regina y que hace recordar la época de represión que presenció la sociedad rumana bajo el régimen comunista.

La historia de amor, que es la columna vertebral de la trama de la telenovela *Aniela* (MediaPro Pictures, 2009-2010) da un salto en el tiempo, siendo ambientada en la ciudad de Bucarest en la época del reino de Carlos I (1881-1914), que fue un periodo

de prosperidad para el país. La glocalización del modelo brasileño de telenovela consiste principalmente en la enmarcación de la trama en un periodo bien determinado de la historia de Bucarest, la *belle époque*, y del rodaje en lugares de referencia histórica a nivel nacional, como lo es el Palacio de Mogoșoaia.

Inspirada parcialmente en la realidad nacional, *El honor de amar* (MediaPro Pictures, 2010-2011) destaca entre las series de ficción televisiva rumana mediante su historia, ideada a partir un hecho real y tabú en el mundo islámico: el así-llamado “crimen de honor” y compleja a través de las diferencias culturales que presenta. La telenovela, que mantiene como elemento local rumano a los actores ya conocidos por haber actuado en otras telenovelas y la ambientación de parte de la trama en Bucarest, apuesta por la novedad de una historia completamente exótica y ajena, para un público que había sido acostumbrado con tramas inspiradas de la realidad rumana.

Un aspecto interesante y que resulta muy particular para la telenovela rumana es visible especialmente entre los años 2008 y 2010, cuando se registra un periodo de *boom* de las producciones nacionales. Se trata de la deslocalización de los lugares de rodaje, lo que remite al modelo brasileño de telenovela.

Por tanto, en las telenovelas rumanas inspiradas por el modelo brasileño, las tomas reiterativas de interiores de casas, presentes particularmente en las telenovelas mexicanas, son completadas por escenas de exteriores, muchas veces filmadas en países del extranjero, que ofrecen una impresión más verídica del desarrollo de la trama. De esta manera, se pretende conseguir una imbricación idónea de escenas de interior y de exterior que brinde un cierto equilibrio a la producción. Las escenas rodadas en lugares exóticos del extranjero tienen la finalidad de incitar al espectador al ensueño, haciéndole olvidarse, a ratos, de la vida cotidiana y dejarse llevar por la imaginación a destinos sorprendentes, donde todo parece perfecto. Enumeramos algunos de los lugares considerados exóticos y especiales para las producciones rumanas, donde los equipos de producción rodaron escenas: París, en Francia, Praga, en la República Checa y el desierto del Sáhara, en Egipto.

Sin embargo, la tendencia de deslocalización de los lugares de rodaje no duró más de unos pocos años. En este sentido, influye negativamente, por un lado, la crisis económica que ha reducido considerablemente las inversiones de las productoras y, por el otro lado, el haberse comprobado el hecho de que el rodaje en lugares exóticos ya no representaba una fórmula de éxito, según las afirmaciones del director de producción, Sebastian Voinea:

A fost o tendință care a dispărut. A durat vreo 2-3 ani începând cu 2008, când s-a produs *spin-off*-ul la *Inimă de țigan*, care a coincis cu momentul când *Antena 1* a început să producă propria telenovelă: *Fiicele marinarului*. Până în 2007, un au avut loc filmări în străinătate. Obiectivul a fost acela de a atrage publicul, generându-se o competiție între casele de producție românești cu privire la locațiile cele mai exotice și atractive pentru audiență²²¹ (S.Voinea, comunicacion personal, Septiembrie 6, 2011).

Si nos referimos a las tres telenovelas rumanas, co-producidas por las casas de producción *Family Film / Tandem Film* e *Intact Productions*, un caso interesante lo representa el de la primera – *Las Hijas del Marinero* (2008-2009) que, a través de sus contenidos y del rodaje, se aleja visiblemente de los modelos mexicano y brasileño de telenovela. Las características que destacan como propias, representadas por el multilingüismo y el multiculturalismo resultado de la cooperación del equipo de rodaje rumano con profesionales provenientes de varios países donde éste se efectúa, se imbrican perfectamente con el sentido melodramático específico latinoamericano. De la misma forma, *Narcisa la salvaje* (2010-2011) y su *spin-off* *Narcisa. Iubiri nelegiuite* (2011) demuestran, además de elementos comunes con las telenovelas latinoamericanas, ciertas características que se pueden atribuir a la telenovela rumana, por no ser habituales en las telenovelas latinoamericanas, como por ejemplo las escenas eróticas explícitas.

En cuanto a las productoras rumanas de telenovelas, podemos observar algunos detalles y aspectos que les diferencian en términos de estrategias de producción y de promoción y, sobre todo, de interacción con el público seguidor a través del *feed-back* de las audiencias.

Empezando por la productora más importante del país, *MediaPro Pictures*, se observa que sus estrategias, al servicio de las audiencias, destacan a través de varios elementos a los que las demás productoras dedican menos atención. Con el fin de

²²¹ “Ha sido una tendencia que ha ido desapareciendo. Ha durado unos 2-3 años a partir de 2008, cuando se produce el *spin-off* de *Corazón de gitano*, coincidente con el momento cuando *Antena 1* ha empezado a rodar su propia telenovela: *Las hijas del marinero*. Hasta 2007, no hubo rodaje en el extranjero. El objetivo fue atraer al público, generándose competencia entre las productoras rumanas en cuanto a los sitios más exóticos y atractivos para las audiencias” (traducción de la autora).

conseguir cuotas de audiencia más elevadas, esta productora invitó a actrices latinoamericanas famosas en Rumania, como Gabriela Spanic u Edith González para actuar junto a los actores rumanos en el rodaje de algunos capítulos. *MediaPro* también abrió el camino a la deslocalización de los lugares de rodaje, dando lugar a una tendencia hacia el multiculturalismo y el multilingüismo, valorizados después también en la producción de *Tandem / Family Film*, *Las hijas del marinero*. Las estrategias de merchandising y de promoción a nivel internacional –a través de la participación en ferias y mercados, y nacional– incluyendo la organización de concursos crearon, junto con el enfoque en el *feedback* de las audiencias recibido a través de la página web de *Acasa TV*, un vínculo poderoso con el público, incomparable con el que estableció el resto de las productoras rumanas.

Tandem / Family Film, que sigue en la misma línea de multiculturalismo y el multilingüismo iniciada por *MediaPro*, para luego enfocarse en una perspectiva “eroticizada” de la telenovela, se dedica en menor proporción a establecer un contacto con las audiencias. Sus telenovelas no cuentan con una página web oficial con foro de discusión donde el público pueda dejar sus comentarios e opiniones. Sorprendentemente, las producciones de la competencia – de *Tandem / Family Film* y de *La Dolce Vita Productions*, vienen comentadas en el foro de discusión de la competencia, del canal *Acasa TV*. La misma carencia de interacción con el público se observa también en el caso de *La Dolce Vita Productions*, cuyos guiones de telenovelas rumanas cuentan con la experiencia del actor latinoamericano Gabriel Corado y con la orientación de su equipo de producción argentino.

Recapitulando, la telenovela rumana, que surge a partir del modelo latinoamericano y que se concretiza como producción autóctona, pasa a través de varias fases de configuración. Tal como se ha podido ver, inicialmente hubo un acercamiento al modelo mexicano de telenovela, más fácil de adaptar para los medios y los modos rumanos todavía limitados de producción. Ulteriormente, cuando se profundizó en los elementos y en las técnicas de producción, se añadieron nuevos temas de inspiración social, que complejizaron el trama, haciendo la telenovela rumana similar a la telenovela brasileña. Finalmente, cuando los equipos tuvieron en manejo de la producción, las telenovelas rumanas llegan a tener su propia personalidad, contando con características propias que las hacen identificable como autóctona.

Consecuentemente, el diálogo entre el modelo global de telenovela y las especificidades locales de la cultura rumana se traduce por una nueva expresión

melodramática, en una fusión de elementos que generan un nuevo producto que obedece a reglas de producción prestadas a la telenovela latinoamericana, pero también a sus propias reglas.

5.8 Tendencias actuales en la producción de series televisivas rumanas: de telenovelas a *reality shows*

En cuanto a las tendencias actuales de producción de telenovelas rumanas, desde el año 2011, cuando se produjo *Narcisa la salvaje* y hasta el 2014 se registraron tres series, producidas por *MediaPro Pictures*.

Pariu cu viața / Apuéstale a la vida (*MediaPro Pictures*, 2011-2014), la primera serie musical rumana fue emitida a través del canal *Pro TV*, contando con 4 temporadas. Cuenta la historia de amor entre dos jóvenes enamorados de la música, que son parte de un grupo llamado *LaLa Band*. Toma su inspiración de la telenovela mexicana *Rebelde* (*Televisa*, 2004-2006, México), que sigue la actividad musical del grupo de jóvenes *RBD*, que tuvieron dos conciertos exitosos en Bucarest en los años 2007 y 2008. Tanto la telenovela rumana como la mexicana son llevadas por el hilo narrativo, alimentado por el deseo de los jóvenes de convertirse en estrellas de la música internacional. Esta telenovela se vendió a nivel internacional, llegando hasta América Latina. Se emitió en México, bajo el título *Apuesta por la vida* a través del canal de televisión *TiiN*, de *Televisa* (“Telenovelas rumanas”, 2014), en Venezuela a través de una de las principales cadenas comerciales – *Televen* (“Apuéstale a la vida”, s.f.), en Bolivia por la *Red ATB*. También llegó a las pantallas italianas emitido por el canal *Babel TV*, bajo el título *Una scommessa con la vita*.

Îngeri pierduți / Ángeles perdidos otra serie de la marca *MediaPro Pictures*, fue emitida en 2013-2014 por el canal *Acasa TV*, de lunes a jueves, en horario estelar a partir de las 20:30.

A los diez años después de la aparición de la primera telenovela rumana, *Sólo el amor*, *MediaPro Pictures* produce un *spin-off* a raíz del éxito de la telenovela *Apuéstale a la vida*. A lo largo de las 4 temporadas anteriores de la serie, el grupo *LaLa Band* consiguió hacer un documental sobre la formación del grupo y su actividad, con un canal de radio online –*LaLa Radio*, una emisión de radio– *LaLa Nation*, una revista, 200 horas de tocar y cantar en vivo, 5 álbumes grabados, el premio *El Disco de Oro*

para el álbum más vendido en el año 2012 y otros premios especiales para la evolución en el tiempo del grupo de pop-rock. A raíz de estos éxitos del *LaLa Band* que al mismo tiempo aseguraron el éxito de la telenovela, se crea el *spin-off*, cuya particularidad consiste en la presentación de unas secuencias tipo videoblog al principio y al final de cada capítulo, a través de las que los protagonistas explican sus propias vivencias y emociones (“O noua viața”, s.f.). El capítulo 45 concluyó el *spin-off*, que se dejó de producir a raíz de unos reajustes de plantillas de personal de *Pro TV* y de la migración de algunos empleados hacía el canal de la competencia, *Antena 1*, ante la dimisión (“LOVITURĂ pentru MEDIAPRO!”, 2014), en agosto de 2013 de Adrian Sârbu de su función de director ejecutivo de la multinacional *Central Media Enterprises (CME)*.

El 27 de febrero de 2014, Ruxandra Ion, la productora de telenovelas rumanas anunció también su retirada, después de una actividad de 19 años en la compañía *MediaPro*, orientándose hacía la apertura de una escuela privada de teatro, guión, dirección de películas, producción, y presentadores de televisión. El 2 de febrero, la academia *TV&Film Academy by Ruxandra Ion* abrió sus puertas a sus alumnos (“Ruxandra Ion, despre părăsirea trustului PRO”, 2014), mientras que el proyecto de producción de telenovelas se paralizó de forma indefinida.

A la vez con la disminución del ritmo de producción de telenovelas²²², particularmente después del año 2011, observamos, a partir de 2012, un incremento del interés del público rumano hacía los *reality shows*, que empiezan a ocupar, cada vez más, la franja horaria estelar dedicada previamente a las telenovelas. Series de *reality* como *MasterChef Romania* (2012), emitido por *Pro TV*, o *X-Factor Romania* (2012) emitido por *Antena 1* son sólo algunos ejemplos de formatos internacionales adaptados en Rumania, que demuestran la orientación actual, igual que sucede en otros países europeos, hacía este tipo de series de televisión inspiradas directamente de la vida de personas comunes ante el desafío de la autosuperación.

En el mismo estilo que se emplea en el *reality show* norteamericano *Keeping up with the Kardashians / Las Kardashians* (*Bunim-Murray Productions* y *Ryan Seacrest Productions*, 2007-presente), algunas parejas rumanas, famosas por razones varias, aceptaron ser protagonistas de series similares, mostrando su vida personal. Ellos se convierten en actores de sus propias vidas, siendo obligados a desenvolverse ante

²²² Si en el año 2006-2007 se había llegado a producir hasta 3 telenovelas, el ritmo de producción bajó hasta el año 2012 a una sola al año.

diversas situaciones. Estas producciones originales rumanas se empezaron a producir en el año 2006. Su presencia destaca en las parrillas de los canales TV rumanos sobre todo a partir del año 2012. Lo interesante de estas producciones es el hecho de que los espectadores pueden cruzar la frontera del espacio público en el que los “actores” son implicados, para descubrir su vida “privada”, que les hace partícipes de los “secretos” de estos personajes. La proximidad cultural encuentra su sentido también en este tipo de series, en las que los protagonistas son rumanos famosos por su vida pública, que hablan en rumano y cuyo humor es fácilmente comprendido por el público. Es el caso de parejas como Monica e Irinel Columbeanu, Adriana Bahmuțeanu y Silviu Prigoană, Viorica y Ioniță de Clejani y Anamaria Prodan si Laurențiu Reghecampf.

Monica Gabor e Irinel Columbeanu forman una pareja insólita y famosa, particularmente por la diferencia de edad que la caracteriza, que inicia la tendencia de los *reality shows* en Rumania, a través de la serie “*No Comment*” *cu Irinel și Monica* / “*No Comment*” *con Irinel y Mónica* (2006), emitida por el canal privado *B1 TV*, cada martes a partir de las 20:00, teniendo una duración de 120 minutos por capítulo. Una particularidad en cuanto al horario de transmisión es que, de lunes a jueves, en una hora, de las 17:00 a las 18:00, el público puede averiguar más detalles sobre el capítulo de dos horas emitido todos los martes. Durante 15 semanas, un equipo de rodaje de 15 personas estuvo grabando todo lo que sucedía en la casa del magnate rumano y de su joven pareja de 18 años. Los beneficios económicos que resultaron de esta producción fueron de 5000 € (“*No Comment*” *cu Irinel și Monica*”, 2006).

Bahmuțeanu și Prigoană – istoria continuă / *Bahmuțeanu y Prigoană – la historia sigue* (2007), emitida por *Antena 1*, todos los jueves, a partir de las 21:45, ha tenido como actores a una de las parejas más simpáticas del mundo del espectáculo rumano. Esta serie que sigue el escándalo continuo que se da dentro del matrimonio, manifestado a través de un lenguaje variopinto ilustrado por bromas, discusiones, manifestaciones de celos y pelea, que desembocan en situaciones graciosas, específicas a la vida de pareja.

Viorica y Ioniță de Clejani (2012 – presente), que forman un conocido grupo de música típica para fiestas populares en Rumania, fueron los protagonistas de la serie con el título *Clejanii* / *Los Clejani* („*Clejanii*”, n.d), emitido cada viernes a partir de las 21:00 por el canal de origen turco *Kanal D*. La invitación para seguir esta serie contiene el gancho de la privacidad de la vida de los dos: “para descubrir la vida de ellos que está detrás de los reflectores de los escenarios y para ver lo que hacen en su casa cada día”.

Anamaria Prodan si Laurențiu Reghecampf se convirtió en personajes de *reality show* a partir del momento cuando Laurențiu se convirtió en el entrenador del equipo de fútbol *El Al-Hilal Saudi* y se fue a vivir con Anamaria y con sus 4 hijos a Riad, en la capital de Arabia Saudí. El estilo de vida que la pareja lleva en este país resulta interesante a los ojos del público rumano, que les sigue por el canal *Euforia TV* en el reality show con el título *Prodanca și Reghe / Prodanca y Reghe* (2012-2014), emitido cada sábado a partir de las 20:00 y que en marzo de 2014 estaba iniciando su quinta temporada.

Los títulos seleccionados y presentados más arriba como una muestra ilustrativa de esta nueva tendencia que se da en los programas de entretenimiento rumanos son una muestra representativa de la multitud de *reality shows* que han ido “conquistado” los horarios de máxima audiencia de las parrillas de los canales de televisión comerciales. Este tipo de series han llegado a competir y hasta a desplazar a las telenovelas rumanas, sobre todo en los años recientes, cuando la producción de telenovelas ha ido disminuyendo. Estos títulos de producciones originales rumanas, junto a las adaptaciones de *reality shows* internacionales, como *MasterChef*, han empezado a infiltrarse en los horarios de transmisión poco a poco, a partir del año 2006. Hoy en día esta tendencia se está convirtiendo en un fenómeno, similar, aunque de menos intensidad que aquel construido por las telenovelas –cuya producción venía respaldada por el modelo latinoamericano que ya contaba con años de importación desde América Latina, previa a su adaptación en Rumania.

5.9 Tendencias de transnacionalización de las telenovelas producidas en Europa Central y del Este

Tal y como lo demuestran las producciones locales en los países de Europa Central y del Este, durante las últimas dos décadas, las telenovelas dejaron de ser un formato exclusivamente producido en países latinoamericanos. Contando historias de amor, venganza, traición, gloria y decadencia, las telenovelas llegaron a ser famosas en todo el mundo, contando con millones de televidentes leales. Con la transnacionalización del género, las telenovelas latinoamericanas ya no son las únicas que gozan de éxito internacional. Las producciones locales en Europa Central y del Este consiguen excelentes ratings en sus países de origen y también están seduciendo al mercado

internacional de la televisión. La telenovela es, por tanto, un fenómeno que merece una atención especial por su importancia de vehículo cultural y en muchos casos lingüístico²²³.

Lo que permite y facilita la circulación de las telenovelas a escala internacional es el fenómeno mundial de la globalización. En el caso de la telenovela rumana y de otras telenovelas producidas en Europa Central y del Este, la globalización asegura no solo un movimiento desde fuera hacia dentro, sino que también uno reversible, desde dentro hacia fuera.

Si hasta los años recientes Europa Central y del Este importaba una gran cantidad de telenovelas –que ayudaban a los públicos de los países de la zona evadir de la realidad cotidiana– esta tendencia, dirigida hacia las importaciones, ha ido cambiado en los años recientes, una vez con el desarrollo de las producciones locales. Como reacción a esta realidad, la recepción de telenovelas desde América Latina disminuyó relativamente ante la competencia local.

La expansión de las telenovelas se muestra de alcance más bien local y menos internacional en el caso de los países de orígenes eslavos²²⁴, por su carácter sumamente *glocalizado*. Al hacer estas afirmaciones, nos referimos particularmente a la especificidad cultural de la *glocalización* temática y de actuación en estas producciones, que se alejan considerablemente del modelo original de telenovela. En cuanto a la especificidad temática, por ejemplo, resulta poco probable que una telenovela como la armenia *En el ejército* sea exitosa en países donde la obligación “patriótica” de servir en el ejército no existe, lo que pasa en muchos otros países de la región y, todavía más, en los países occidentales. A nivel de la actuación, que corresponde a códigos culturales particulares, la forma de expresión de las emociones es diferente y más sobria respecto a las telenovelas latinoamericanas, lo que hace que las series producidas en países de orígenes eslavos sean particularmente adaptadas a estos códigos de conducta. A raíz de

²²³ En el caso en que no interviene el doblaje de la telenovela, sino que se transmite en versión original, con subtítulos.

²²⁴ Sin embargo, la telenovela croata *Larin izbor / Lara's choice*, producida por *Media Pro Audiovisual*, con dos temporadas comprendiendo 347 capítulos, inicialmente emitida por la cadena croata *Nova TV*, se vendió en 40 países y empezó a emitirse por el canal *Antenna* el 8 de julio de 2013. Fue adquirida por la productora mexicana *Televisa*, con la intención de adaptar el formato para el público mexicano (Blaga, 2013).

estas consideraciones, las series producidas en esta parte del mundo preservan un carácter más local, siendo poco propensas para la exportación.

En cambio, la telenovela rumana ha tenido una demanda e, implícitamente, una apertura mayor hacía países de fuera de Europa Central y del Este, por ser más similares a las telenovelas latinoamericanas que las producciones de otros países de la región, por optar por temas más universales, menos locales y con un acentuado sabor latino, lo que la hizo exportable y requerida incluso en los países de América Latina.

En el primer caso, las telenovelas locales se quedaron en los mercados nacionales la zona de Europa Central y del Este, siendo más bien enfocadas hacía su emisión por canales de televisión de los respectivos países productores. En el segundo, ésta se dirigió hacía el mercado internacional en general y también al de origen, el latinoamericano, donde generó debate en torno al crimen de honor en las sociedades islámicas o sobre la etnia gitana en Rumania, de la misma forma en la que, años atrás, la telenovela latinoamericana había desvelado aspectos de América Latina, desconocidos en Rumania.

Aunque no dispongamos de información oficial palpable, ni de datos numéricos relativos a la adquisición de telenovelas producidas en Europa Central y del Este a nivel internacional, Amandine Cassi, Gerente de Investigaciones de *Mediametrie / Eurodata TV Worldwide* de Francia, quién estuvo siguiendo el fenómeno del tránsito televisivo de la telenovela de Europa del Este hacía el Oeste, afirmaba en el año 2007, que las telenovelas producidas en Europa del Este se demuestran exitosas en los mercados de origen, que presentan un potencial alto de internacionalización:

Las telenovelas de Europa del Este están obteniendo ratings impresionantes en sus países de origen. Como formato, lograron excelentes resultados en su región y llamaron la atención de compradores y canales televisivos internacionales. Teniendo en cuenta que las producciones y los formatos guionados alemanes son famosos incluso fuera de Europa, y que los Estados Unidos ya han adaptado seis telenovelas desde septiembre de 2006, podemos confiar en el potencial a nivel mundial de los formatos guionados de Europa del Este, y especialmente de las telenovelas. Europa Occidental y los Estados Unidos están ahora sin duda preparados para recibirlo (“De este a oeste”, 2007).

5.9.1 La expansión de la telenovela rumana en el mundo

Reflejando un caso particular y llamativo entre los países de Europa Central y del Este, Rumania ha generado una industria local basada en el importante número de telenovelas realizadas a raíz de modelos latinoamericanos. Posiblemente por ser más cercana estos modelos, se puede observar una mayor facilidad de inserción de la telenovela rumana en el mercado internacional que de las telenovelas producidas en otros países de Europa Central y del Este.

Si en otros países de Europa Central y del Este el factor económico ha sido el principal impulsor en la producción de telenovelas nacionales, consideramos que, en Rumania, a éste se le añade la componente de la identificación cultural, a través del origen latín del pueblo. Así, creemos que la latinidad aporta un valor añadido en cuanto a la facilidad de la adaptación del modelo latinoamericano, aunque este aspecto se manifieste más como un matiz, y no como un rasgo preponderante.

Las producciones rumanas han llamado la atención no sólo al público autóctono, sino que también a las audiencias internacionales. Hoy en día, Rumania, consagrado como país que cuenta con una amplia experiencia en la producción de telenovelas, participa en los mercados internacionales de la telenovela con sus propias producciones.

De receptora pasó a ser productora y, consecuentemente, también exportadora. Consideramos como comienzo de la transnacionalización de la telenovela rumana el momento de la finalización del rodaje de la primera telenovela rumana. El interés manifestado por clientes internacionales frente al éxito de las telenovelas rumanas ha determinado su exportación y, a la vez, la exportación de elementos de cultura y sociedad. Una vez llegadas a su destinación, las telenovelas rumanas han sido, en la mayoría de los casos, dobladas o subtituladas a los idiomas de los países importadores (“Telenovelele romanesti dublate in diferite limbi”, s.f.).

Según fuentes publicadas en la página web del canal *Acasa TV* (“Iubire și onoare a fost vandută”, s.f.), a partir de la página oficial de *Central European Media Enterprises (CME)* (“MediaPro Sees Worldwide Success”, 2011), que opera el canal *Acasa TV*, la telenovela *Sólo el amor* se vendió en los siguientes países de Europa del Este: Serbia, Montenegro, Bosnia, Herzegovina, Macedonia, Polonia, Eslovaquia y Ucrania.

De acuerdo con las mismas fuentes, la segunda producción rumana, *Lágrimas de amor*, tuvo todavía más éxito en internacionalizarse que la primera, aunque se haya

quedado en la región de Europa del Este, pero siendo adquirida por un número más amplio de países: Moldavia, Serbia, Montenegro, Bosnia, Herzegovina, Macedonia, Bulgaria, Estonia, Letonia, Lituania y por la Comunidad de los Estados Independientes (CEI) – Armenia, Azerbaiyán, Bielorrusia, Georgia, Kazajistán, Kirguistán, Rusia, Tayikistán, Turkmenistán, Uzbekistán y Ucrania (“Iubire și onoare a fost vândută”, s.f.).

Las telenovelas que siguieron, *Amor como en las películas* y *Los pecados de Eva* se vendieron en Moldavia, mientras que *Aniela*, la primera telenovela rumana de época fue adquirida por Eslovaquia. *Daria, mi amor* fue comprada por Moldavia, Serbia, Montenegro, Bosnia, Herzegovina y Macedonia (“Iubire și onoare a fost vândută”, s.f.).

A raíz de su inspiración en telenovelas latinoamericanas, la telenovela *Los angelitos* se exportó en primer lugar a América Latina (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, La República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela) y Estados Unidos. También se vendió en Europa Central y del Este, en los siguientes países: La República Checa, Croacia, Serbia, Montenegro e Irán. En cuanto a esta telenovela, existen datos conforme a los que la producción se estrenó por el canal mexicano *Tiin* – perteneciente a *Televisa*, con la fecha del 6 de febrero de 2012, siendo emitida en horario de tarde, a las 16:30 (“TiiN estrena la serie Pequeños ángeles (Îngerașii)”, 2012). Según el periódico venezolano *El Universal*, *Los Angelitos* se estrenó también en este país bajo el título *Pequeños ángeles*, por el canal *La Tele*, en horario de tarde, igual que en México, pero a partir de las 17:30 (“La Tele esperará hasta abril de 2013 para renovarse”, 2012).

El mundo de los gitanos rumanos se ha dado a conocer a través de *Corazón de gitano*, en países como Turquía, Bulgaria, Ucrania, Serbia, Montenegro, Bosnia, Herzegovina, Eslovaquia, Eslovenia, Croacia, América Latina (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, La República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela) y Estados Unidos (“Iubire și onoare a fost vândută”, s.f.).

El *spin-off* de *Corazón de gitano*, *Regina*, tuvo menos éxito en cuanto a las ventas a nivel internacional, siendo aún así adquirida por Eslovaquia, Serbia, Montenegro y Eslovenia.

Como resultado de las estrategias de promoción y de distribución de la productora *MediaPro Pictures*, después de su presentación en la feria de televisión *MIPTV*, la telenovela *Corazón de gitano* fue presentada a potenciales clientes de Europa

Central y del Este también en una importante feria de televisión celebrada en Budapesta en junio de 2008: *Discop East*.

Siguiendo las mismas estrategias de venta, las telenovelas *Corazón de gitano*, *Regina* y *Aniela* han sido promovidas por el equipo *Promance Internacional* en uno de los más importantes mercados de televisión del mundo, *Marché International des Programmes de Télévision (MIPTV)* de Cannes. En abril de 2008, la telenovela estuvo presente en el evento durante tres días (“Telenovela “Inimă de țigan” a fost prezentă la Cannes”, s.f.). En aquella ocasión, *MediaPro Distribution* vendió *Corazón de gitano* al canal *Markiza TV*, de Eslovaquia. El primer capítulo de esta telenovela, emitido en septiembre de 2008 y doblado al eslovaco tuvo un gran éxito: una cuota de mercado de 35%. Al finalizar la telenovela, cuyo título eslovaco aparece como *Cigánske srdce*, todos sus capítulos resultaron ser líderes de audiencia en el mercado eslovaco. Como consecuencia, los eslovacos compraron también el *spin-off* *Regina*, que había conseguido en Rumania cuotas de audiencia record para el canal *Acasa TV* (“Telenovelele “Inimă de țigan” și “Regina””, 2009).

El honor de amar consiguió reconocimiento internacional, ganando el premio *Golden Bird Award* para la mejor drama internacional en el *International Drama Festival* celebrado en Seúl (““Iubire și onoare”, premiată la Seul”, s.f.). Logró superar la productora brasileña *Ô Globo*, que había participado en la misma competición, ganando el segundo premio. En el año 2011, un año después de su estreno en Rumania, la telenovela se había vendido a través de *Media Pro Distribution* –la división internacional de la productora *Media Pro Pictures*, en Iran. Además, se han formalizado contratos de venta con países de América Latina, con Estados Unidos y con los países africanos de habla francesa y los territorios franceses de ultramar (““Iubire și onoare”, premiată la Seul”, s.f.):

MediaPro Distribution has just closed the sales of the Romanian telenovela **In the Name of Honor** for all Latin American countries, the USA, as well as the French-speaking African territories and French Overseas Departments and Territories. We are also in negotiations with some local distributors and TV channels from Asia (such as Indonesia, India and Philippines), and the series is soon to be aired in neighboring countries within Eastern Europe too (“MediaPro Sees Worldwide Success”, 2011).

Inmediatamente después de su adquisición, canales como el estadounidense *Mega TV* y *Telerama* de Ecuador la estaban pasando en horario estelar (“Rumania con originales ingresó al mercado internacional”, 2011). Cotejando la información disponible en la fuente periodística de *TV Mas Magazine* con fuentes locales, averiguamos más información al respecto, en cuanto a fechas y horarios de transmisión. Así, en Miami la telenovela se estrenó el 15 de agosto de 2011, por el canal *Mega TV*, siendo programada de lunes a viernes, a partir de las 18:00. Es interesante ilustrar las razones por las que el canal estadounidense decidió transmitir esta producción rumana, expuestas por Miguel Ferro, Vicepresidente de Producción de *Mega TV*:

Siempre buscando una variedad para nuestro público. Esta novela enfrenta la actualidad de la situación de las mujeres en el mundo árabe, y cómo está cambiando. [...] La mujer árabe, ha perdido el miedo y se enfrenta a las más terribles pruebas con tal de hacer valer su condición. Toda esta realidad esta entrelazada en una hermosa historia de amor, que trasciende las limitaciones impuestas en una sociedad que se aferra a sus usos y costumbres y que una pareja debe defender aún con su propia vida **El Honor de Amar** (“MegaTV presenta el gran estreno”, s.f.).

A la componente novedosa del tema principal de la telenovela y al interés que pesenta para las audiencias su inspiración a partir de situaciones del mundo real, José R. Pérez, Vicepresidente de Programación de *MegaTV*, añade el amor como elemento universal, que “siempre estará de moda” (“MegaTV presenta el gran estreno”, s.f.). Por tanto, la exportación de esta telenovela hacía numerosos países confirma el éxito de la producción a nivel internacional.

El canal nacional *Telerama* de Ecuador estrenó esta telenovela, que es una síntesis de “dos culturas, un solo amor”, el 1 de agosto de 2011, siendo transmitida en horario estelar, a partir de las 21:45, de lunes a viernes (““En nombre del honor” se verá por primera vez en Ecuador”, 2011).

El Venezuela, la telenovela, cuyo título fue traducido como *En nombre del honor*, fue emitida por el canal *Televen*, a partir del 18 de enero de 2012, de lunes a sábado, a las 23:00, según el periódico venezolano *El Universal* (“Televen estrena telenovela rumana”, 2012).

Según la página web de *Telemundo*, en Puerto Rico, la telenovela *En nombre del honor*, se estrenó por este mismo canal el 6 de noviembre de 2014, a las 12 del mediodía (“Pronto por Telemundo “En Nombre del Honor”, s.f.).

La síntesis del éxito de esta telenovela en el continente latinoamericano se ve reflejada en un artículo reciente, que bajo el título *Telenovelas rumanas: poco ruido y mucho rating*, ofrece un panorama general sobre el éxito de las telenovelas rumanas en los países de América Latina, efocado particularmente en la telenovela *En el nombre del honor*, como producción especialmente exitosa:

La telenovela debuta hace apenas un año por Televén de Venezuela, enfrentándose a dos grandes telenovelas en el competitivo horario de las diez de la noche, imponiéndose ante su competencia, Venevisión. Los resultados impulsan a partir de aquí a este producto, que sigue sorprendiendo en el resto del continente por su gran desempeño. La telenovela prosigue luego su paso por territorios como Bolivia y Ecuador, a la espera por otra parte, de su estreno el próximo 6 de noviembre por la cadena Telemundo de Puerto Rico, y pocos días después, por Panamericana de Perú (“Telenovelas rumanas: poco ruido y mucho rating”, 2014).

Uno de los países de Europa del Este donde se estrenó la telenovela es Croacia, por el canal *MojTV 200+ Kanala* con la fecha del 30 de junio de 2014 (“U ime časti”, s.f.).

Por otro lado, *Intact Production*, la casa de producciones de *Intact Media Group*, vendió su producción *Las hijas del marinero* en países de América Latina (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, Uruguay, Venezuela), La Guyana Francesa, La Guyana, Surinam, España, Canadá y Estados Unidos (“Telenovela “Fetele marinarului” va fi vizionată de milioane de sud americani, s.f.).

Debido al éxito cada vez creciente de las telenovelas locales en los mercados internacionales, Amandine Cassi anticipa, desde el año 2009, que Rumania iba a poder ser el siguiente semillero de formatos guionados. La gerente de investigaciones de *Mediametrie* subraya el hecho de que telenovelas locales fueron compradas por países de habla rusa y que *Numai iubirea* fue adquirida por la mexicana *TV Azteca*. Cassi

también había anunciado que, en un futuro, las telenovelas rumanas seducirían a compradores de Latinoamérica, Medio Oriente, México y Norteamérica (“Telenovelele ‘‘Inimă de țigan’’ și ‘‘Regina’’”, 2009).

En cuanto a las estrategias de marketing y de internacionalización de la telenovela rumana, observamos que *MediaPro Pictures* se implicó mucho más en estos procesos que las demás productoras rumanas de telenovelas. Estas estrategias se concretizaron a través de la participación de *MediaPro* en festivales y en mercados internacionales de productos audiovisuales, a diferencia de *Intact Productions* o *Tandem / Family Film*, que mantuvieron un perfil más bien local que internacional, aunque, debido a su temática de interés internacional, consiguieran vender la telenovela *Las Hijas del Marinero* a varios países. En cambio, las telenovelas de la casa de producciones Lazarov – *La Dolce Vita Productions*, se quedaron “en familia”, siendo su internacionalización limitada a la presencia de la productora en el mercado de *DISCOP*, que se celebró en Budapest en el año 2006.

Un indicio de la visibilidad a nivel internacional, alcanzada por Rumania como país exitoso en la producción de telenovelas en Europa, lo constituye la invitación de Inés Năstăsoiu como directora de adquisiciones del canal *Acasa TV* para ser miembro del jurado del *Festival y Mercado Internacional de Telenovelas (FyMTI)* 2010. Según su afirmación: “Festivalul și Târgul Internațional de Telenovele 2010 este un eveniment extrem de important pentru această industrie. Organizatorii festivalului ne-au lansat invitația de a participa, ACASA TV fiind singurul post de televiziune european reprezentat în juriul internațional”²²⁵ (“ACASA TV, in juriul unuia dintre cele mai importante festivaluri de telenovele din lume”, s.f.).

Desde el año 2006, cuando Rumania empezó a exportar telenovelas, este país ha ido adquiriendo experiencia como productor y vendedor y, al mismo tiempo, visibilidad a nivel internacional, debido a su calidad y a la adaptabilidad de sus producciones a publicos heterogéneos. Gracias a sus cualidades y a su número de producciones, la telenovela rumana ha entrado en competición con las telenovelas que una vez le habían servido de modelo para su propia realización: “If the competition between the Romanian and the Latin-American telenovelas was pretty tough seven years ago, with

²²⁵ “El Festival y Mercado Internacional de Telenovelas 2010, que es un evento bastante significativo para esta industria. Los organizadores del festival nos han invitado a participar, Acasa TV siendo el único canal de televisión representado en el jurado internacional” (traducción de la autora).

differences in quantity and also quantity, given their years of experience, we can see now a balanced competition between comparable products made for the same market” (Truță, citada en Blaga, 2013).

De acuerdo con estas reflexiones y aunque no dispongamos de datos concretos expresados en cifras de ventas o de exportaciones relativas a la internacionalización de la telenovela rumana, nos atrevemos a hablar de una tendencia de transnacionalización invertida. Concretamente, lo que sucedía a principios de los años 90 con las telenovelas que llegaban desde América Latina a Rumanía, se está reproduciendo actualmente, pero al revés. También cabe precisar el hecho de que la escala no es la misma, sino que mucho más reducida y determinada a la vez por consideraciones mencionados anteriormente: la industria de producción de telenovelas locales es relativamente incipiente, lo que limita e inhibe las exportaciones.

Sin embargo, casi la totalidad de las telenovelas rumanas que gozaron de altas audiencias a nivel nacional, particularmente aquellas producidas por *MediaPro Pictures*, participaron en mercados internacionales donde se vendieron, sus contenidos levantando interés por parte de compradores extranjeros.

Las afirmaciones de Roxana Rotundo²²⁶ con respecto a la clave del éxito de las telenovelas rumanas frente al público latinoamericano, apoyan nuestra reflexión relativa a la componente latina, que acerca estas producciones rumanas a su modelo latinoamericano:

[...] se trata del ritmo de los libretos, muy al estilo latino. Esto se debe en parte a que ellos han comprado durante años telenovelas a Televisa, un factor importante. Pero además el look de las telenovelas, y el de sus actores, es muy latino, no lucen extranjeros. Si a esto se suma el doblaje, pues el resultado final se asemeja mucho al de una telenovela de calidad hecha en Brasil (“Telenovelas rumanas: poco ruido y mucho rating”, 2014).

Otros títulos rumanos como *Corazón de gitano*, su *spin-off* *Regina* y la telenovela rumana de época *Aniela*, están pendientes de su transmisión en América Latina.

²²⁶ Fundadora y directora ejecutiva de las distribuidoras de telenovelas en América Latina, *VIP 2000*.

Como consecuencia, la globalización y la transnacionalización como fenómenos característicos de la era del consumo en la que vivimos, se encargan de la difusión de las telenovelas rumanas en el mundo, a través de su exportación hacia distintos países, de la misma forma que en las décadas anteriores Rumania estuvo importando telenovelas, que se convirtieron en modelos para sus producciones autóctonas.

Conclusions [English version]

The *telenovela* is part of the Latin American universe, as a genre rooted in the Latin American culture, appearing as a cohesive element for Latin America. According to Martin-Barbero (1995b), the *telenovela* is a means of integration par excellence, contributing to the Latin American sentimental integration, due to the set of cultural specificities and myths that find themselves under a common language²²⁷.

Although the concept of "telenovela" originally refers to a specific serial production in Latin America, through this thesis we have tried to demonstrate that the *telenovela* can become an audiovisual product of Latin American inspiration, but conceived in the countries of Central and Eastern Europe and likely to overcome the original productions in terms of success. This is the case particularly in Romania –the only Latin-speaking country in the region that has a prolific industry of *telenovela* productions.

In order to understand the reasons that prompted the emergence of national production of *telenovelas* in Central and Eastern Europe, we saw the need to track the beginning of the arrival of *telenovelas* and soap operas to this region. We noted, as a result of the internationalization of the *telenovela* towards the East of Europe and of its subsequent success during transitions to democracy in these countries, that this type of television narratives became part of the daily life of their population. Its ability to interweave reality and fiction themes based on the exaltation of feelings that are inherent to the human being, has ensured the loyalty of the viewers, therefore achieving high ratings and bringing, at the same time, economic benefits to the broadcasting channels.

The study of the approach to the post-communist audiovisual systems from the perspective of media transitions in the context of political, economic, social and cultural changes that have convulsed these countries, represents an original contribution of this thesis that has allowed us to observe, in comparative terms and focusing on the Romanian case, the evolution of public and monopolist audiovisual systems to privately

²²⁷ Depending on the varieties of Spanish spoken in the different countries of Latin America and the illustration of different types of Latin American societies depending on the countries where *telenovelas* are produced, we can conclude that, culturally, *telenovelas* are "a window on the Hispanic world," reflecting the daily life, behaviour and manners in which Hispanic population expresses their feelings.

managed systems. We acknowledged as essential taking into account such background, while considering, on one hand, the Romanian audiovisual regulatory system and, on the other hand, the European audiovisual regulations. The aim was to determine the circumstances under which imported soap operas and *telenovelas* served as long-lasting products, employed in order to strategically fill the schedules of these newly created channels.

Observing *telenovela* and soap opera as widespread phenomena on a global scale, and in a constant evolution process since their inception up to date, provided us with a general overview on its complexity in the context of globalization. It consequently helped us determine specific features that have influenced the configuration of *telenovela* in general and in our case, the Romanian *telenovela*. At the same time, the comparison of the fiction series made in the United States and in Latin America in terms of formal structure and content has served to determine the fact that the countries of Central and Eastern Europe in general, and Romania in particular, have opted mostly for the *telenovela* model as an inspiration source for their own productions.

Having reached a considerable spread at an international level, due to media globalization process, the *telenovela*, as a transnationalized genre, which succeeded to cross the geographic, cultural and linguistic borders, is no longer a format exclusively produced in Latin American countries. Its production methods turned into models for national productions worldwide, and particularly in the countries of Central and Eastern Europe, which was what we intended to demonstrate in this thesis. The glocalization of these models leads to national productions that achieve high ratings in their countries of origin, and also pointing toward the international television market. In this sense, within the region of Central and Eastern Europe, we have carefully examined the case of production and internationalization of the Romanian *telenovela*.

As for the origin of the *telenovelas* production phenomenon in Romania, this thesis tries to check two fundamental aspects. Firstly, we noted that the Romanian *telenovela* adopted the Latin American *telenovela* model, due to a certain identification existing between poverty situations that occurred in the developing world, post-communist societies, and similar situations in the countries of Latin America. Therefore, the secondary identification level of cultural proximity, materialized by customs, language and Latin culture of the Romanian people and the peoples of Latin America, makes Romanians prefer the *telenovela* model to the American soap opera,

with which Romanians do not feel so culturally identified. Secondly, the Romanian *telenovelas* are produced out of a primary need for cultural proximity, just like it happens in the case of those produced in other countries of Central and Eastern Europe. Such proximity determines a greater identification than Latin American *telenovelas* does, concerning situations and character types. Sharing the same language and the same cultural references was seen as a key factor that prompted the beginning of national productions, both in Romania and in other countries of Central and Eastern Europe.

The elaboration of a comprehensive list of Latin American *telenovelas* broadcast in Romania, as a departing point for a thorough review of the most successful Latin American productions in this country, through an original study carried out in this thesis about the arrival of Latin American *telenovelas* and their reception, has been considered necessary in order to identify the characteristic elements of such models, which serve as guidelines for the production of national *telenovelas*. Thus, the Latin American *telenovela* in Romania has not only revealed itself as a ludic means to approach Spanish language and Latin American peoples' cultures, but it also constitutes a model to follow for producing national *telenovelas*.

Therefore, we find that the Romanian *telenovela*, preceded by sitcoms and followed by reality shows, has started to be produced from Latin American *telenovela* models, but adjusted to the cultural and social realities of this country. More specifically, Romanian features determined by cultural, ethnic and social factors are added to the so-called Mexican model and Brazilian model. Initially, in a first phase, some rapprochement between the Mexican production model and the Romanian one may be observed. Subsequently, in a second phase, we trace the influence of the Brazilian *telenovela* model in Romania, while during a third phase, the Romanian *telenovela* becomes independent both with respect to the modes of production and the topics. The contribution of the thesis in this regard is achieved through the establishment of a periodization in production, according to the characteristics shared by *telenovelas* which are identified in each phase, while observing in each case the elements of local adaptation and hybridity, and devoting particular attention to social problems they deal with. This thesis also highlights the original research that is based on the development of the first comprehensive catalogue of production of *telenovelas* in Romania with their particular production structures, star-system and reception.

The success on a national scale of the Romanian *telenovela* constituted an incentive that spurred the interest of other countries in Central and Eastern Europe and around the world to buy them, exporting this way aspects of the Romanian reality translated into fiction images and making them internationally known.

Due to their *telenovela* productions, the countries of Central and Eastern Europe are part of the transnationalization circuit of television fiction, whose patterns are marked by the phenomenon of globalization. The productions of this region of Europe, nationally conceived according to the Latin American model of *telenovela* –imported especially for economic reasons during the early stages of the transitions to democracy– bring their contribution to the world of serialized television drama by joining the same line with the soap operas and even with the Latin American *telenovelas*.

We conclude by asserting that the present investigation sought to offer an unprecedented mapping of the new trends in the production of *telenovelas* during the period of post-communist transitions in Central and Eastern Europe, focusing on the case of Romania, which proved to be a genuine one compared to other countries, through the Latin component within a predominantly Slavic environment. These trends, initially feeble, reached to generate, over time, a real industry in some of the post-communist countries, which was explored here. We are confident that this research will leave its mark in the field of television fiction production and will contribute to further studies on the television drama serial production in the countries of Central and Eastern Europa.

Fuentes

Bibliografía

Fuentes primarias

Fuentes hemerográficas

6ta Cumbre Mundial de Telenovelas y Ficción - Buenos Aires - Nov 26 y 27-2008 -

Hilton Hotel - Rumania confirmado (2008). [en línea]. Disponible en:

http://www.inforo.com.ar/noticias/6ta_cumbre_mundial_de_telenovelas_y_ficcion_buenos_aires_nov_26_y_27_2008_hilton_hotel_rumania_confirmado [2012, 12de julio].

96 de decoruri interioare au fost construite special pentru aceasta productie [96 decorados de interiores se han construido especialmente para esta producción].

[en línea]. Disponible en:

<http://aniela.acasatv.ro/articole/96-de-decoruri-interioare-au-fost-construite-special-pentru-aceasta> [2014, 25 de septiembre].

118 oameni fac parte din echipa din spatele telenovelei “Iubire si onoare” [118 personas forman parte del equipo de la telenovela “El honor de amar”]. [en línea].

Disponible en:

<http://www.acasatv.ro/telenovele-romanesti/118-oameni-fac-parte-din-echipa-din-spatele-telenovelei-iubire-si-onoare-galerie-foto.html> [2014, 16 de febrero].

Acasa Forum. [en línea]. Disponible en:

<http://forum.acasatv.ro/viewtopic.php?f=9&t=31182> [2014, 17 de agosto].

ACASA a surclasat orice televiziune concurentă cu 124 de episoade ale telenovelei “Inimă de țigan” [ACASA ha superado cualquier televisión de la competencia con 124 capítulos de la telenovela “Corazón de gitano”] (2008). [en línea].

Disponible en:

http://www.inimadetigan.ro/stire/ACASa_a_surclasat_orice_televiziune_concurenta_cu_124_de_episoade_ale_telenovelei_Inima_de_tigan_ [2014, 31 de enero].

Acasă va difuza prima telenovelă de epocă [Acasa transmitirá la primera telenovela de época] (2009). [en línea]. Disponible en:
<http://www.mediafax.ro/life-inedit/acasa-va-difuza-prima-telenovela-romaneasca-de-epoca-3996971> [2014, 29 enero].

Acasa TV: Canal para mujeres en Europa (2001, marzo-abril). *TV Mas Magazine*, [en línea]. Disponible en:
http://www.tvmasmagazine.com/marzo_abril04/telenovelas3.html [2013, 16 de abril].

ACASĂ TV, în juriul unuia dintre cele mai importante festivaluri de telenovele din lume [Acasa TV, presente en el jurado de uno de los más importantes festivales de telenovelas del mundo]. [en línea]. Disponible en:
<http://www.acasatv.ro/vedete/acasa-tv-in-juriul-unuia-dintre-cele-mai-importante-festivaluri-de-telenovele-din-lume.html> [2014, 10 de marzo].

Actorii din “Regina” și “Îngerașii” se vor regăsi pe coperti de caiete și rechizite [Los actores de “Regina” y “Los angelitos” se encontrarán en las portadas de cuadernos y de material escolar]. [en línea]. Disponible en:
<http://www.acasatv.ro/telenovele-romanesti/actorii-din-regina-si-ingerasii-se-vor-regasi-pe-coperti-de-caiete-si-rechizite-galerie-foto.html> [2014, 1 de octubre].

Adamyán, S. (2011, 24 de febrero). “Dreams”: new telenovela on *Shant TV*. [en línea]. Disponible en:
<http://www.shanttv.com/en/press-about-us/> [2012, 27 de junio].

Adio, Narcisa! Telenovela cu scene sexy de la Antena 1 ajunge la final [¡Adiós, Narcisa! La telenovela con escenas sexy de Antena 1 llega a su final] (2011). [en línea]. Disponible en:

<http://www.libertatea.ro/detalii/articol/adio-narcisa-360272.html> [2014, 26 de febrero].

Afacerea “Secretul Mariei” [El negocio “El secreto de María”] (2006, 5 de junio). [en línea]. Disponible en:
<http://www.evz.ro/afacerea-secretul-mariei-403988.html> [2014, 2 de agosto].

Andronie, D., Ciobanu, C. y Iancu, C. (2005, 5 de noviembre). La bani mărunți – România ca o telenovela [En detalle – Rumania como una telenovela]. [en línea]. Disponible en:
<http://jurnalul.ro/special-jurnalul/la-bani-marunti-romania-ca-o-telenovela-33908.html> [2014, 16 de agosto].

“Aniela”, cel mai bun serial din Romania [“Aniela”, la mejor serie de Rumania] (2009). [en línea]. Disponible en:
<http://www.acasatv.ro/serial-romanesc-de-epoca/aniela-cel-mai-bun-serial-din-romania.html> [2014, 29 de enero].

Armenia. Invasion of Telenovelas (2006, enero). *Only Telenovelas*, [en línea]. Disponible en:
http://tvmasnovela.tv/onlytelenovelas/Only_5/7_5_Telenovela_Europe.php [2010, 12 de febrero].

Ancheta “Financiarul” - FNI: Schema unui jaf protejat de stat [Encuesta “El Financiero” – FNI: El esquema de un robo protegido por el estado] (2008, 29 de mayo). [en línea]. Disponible en: <http://jurnalul.ro/bani-afaceri/economia/ancheta-financiarul-fni-schema-unui-jaf-protejat-de-stat-125744.html> [2013, 15 de diciembre].

Apuéstale a la vida. [en línea]. Disponible en: <http://www.televen.com/apuestalealavida/> [2014, 23 de noviembre].

Arce, S. (2009, 7 de febrero). Carolina Tejera se transforma en una mujer despiadada. [en línea]. Disponible en:

<http://www.nacion.com/viva/2009/febrero/07/viva1865238.html> [2014, 5 de agosto]

Au început filmările la “Regina”, continuarea mega-succesului “Inimă de țigan” [Se ha empezado a rodar “Regina”, la continuación del gran éxito “Corazón de gitano”] (2008). [en línea]. Disponible en:
<http://www.acasatv.ro/noutati-acasa/telenovele-romanesti/au-inceput-filmarile-la-regina-continuarea-mega-succesului-inima.html> [2014, 5 de febrero].

AVA continues producing telenovelas in Croatia (2005, septiembre-octubre). *Only Telenovelas*, [en línea]. Disponible en:
http://www.tvmasnovela.tv/onlytelenovelas/Only_5/12_2_Croatia.php [2013, 15 de octubre].

Baltoc, O. (2009, 30 de enero). Fetele marinarului: Șerban Ionescu plătește pentru păcatele din trecut [Las hijas del marinero: Șerban Ionescu paga por sus pecados antiguos]. [en línea]. Disponible en:
<http://jurnalul.ro/fun/fetele-marinarului-serban-ionescu-plateste-pentru-pacatele-din-trecut-318698.html> [2014, 12 de octubre].

Bani din lacrimi și iubire: cât costă să joci într-o telenovelă [Dinero ganado de las lágrimas y del amor: cuánto pagan para actuar en una telenovela] (2007, 20 de febrero). [en línea]. Disponible en:
<http://www.hotnews.ro/stiri-arhiva-1114230-bani-din-lacrimi-iubire-cit-costa-joci-intr-telenovela.htm> [2014, 5 de agosto].

Bejan, A. (2004, 4 de octubre). [Cu sex din primul episod, prima telenovela romaneasca a spart piata [Con sexo desde el primer capítulo, la primera telenovela rumana bate el récord de audiencias]. [en línea]. Disponible en:
<http://www.hotnews.ro/stiri-arhiva-1255718-prima-telenovela-romaneasca-spart-piata.htm> [2014, 23 de julio].

Blaga, I. (2011, 8 de agosto). Tandem Film Rebrands as Family Film. [en línea]. Disponible en:

<http://www.filmneweurope.com/news/romania/tandem-film-rebrands-as-family-film> [2013, 25 de octubre].

Blaga, I. (2013). Romanian and Croatian Formats Sold to Latin America. [en línea].

Disponible en:

<http://www.filmneweurope.com/news/region/105867-romanian-and-croatian-formats-sold-to-latin-america/menu-id-384> [2014, 10 de marzo].

Blagu, B. (2006). Antena 1 si Acasa TV dau de lucru actorilor [Antena 1 y Acasa TV dan trabajo a los actores]. [en línea]. Disponible en:

<http://www.9am.ro/stiri-revista-presei/2006-08-24/antena-1-si-acasa-tv-dau-de-lucru-actorilor.html> [2014, 27 de enero].

Bunea, I. (2007, 18 de abril). Televiziunile românești se joacă de-a Seinfeld. [en línea].

Disponible en:

<http://www.capital.ro/televiziunile-romacircnex15fti-se-joacx103-de-a-seinfeld-101672.html> [2014, 20 de julio].

Cabral, bodyguard marocan în telenovela “Inimă de țigan” [Cabral, guardaespaldas marroquí en la telenovela “Corazón de gitano”] (2007, 26 de noviembre). [en línea]. Disponible en:

http://www.inimadetigan.ro/stire/Cabral_bodyguard_marocan_in_telenovela_Inima_de_tigan_ [2014, 3 de octubre].

Caravana iubirii a incitat locuitorii din 6 orașe [La caravana del amor ha incitado a los habitantes de 6 ciudades]. [en línea]. Disponible en:

http://www.iubirecainfilme.ro/stiri/caravana_tara.html [2014, 13 de agosto].

Carolina Tejera: “Cred în piața asta” [Carolina Tejera: “Creo en este mercado”] (2006, 9 de noviembre). [en línea]. Disponible en:

http://adevarul.ro/news/societate/carolina-tejeracred-piata-asta1_50abab617c42d5a6637e1859/index.html [2014, 15 de agosto].

Casting-urile Mediapro Pictures - drumul spre succes [Los castings de Media Pro Pictures – el camino al éxito]. [en línea]. Disponible en:
<http://stirileprotv.ro/show-buzz/film-tv/casting-urile-mediapro-pictures-drumul-spre-succes.html> [2014, 22 de enero].

Cele mai bune 200 de telenovele in 10 ani de poveste Acasa [Las mejores 200 telenovelas en 10 años de historia Acasa]. [en línea]. Disponible en:
<http://www.acasatv.ro/telenovele/cele-mai-bune-200-de-telenovele-in-10-ani-de-poveste-acasa.html> [2013, 12 de agosto].

Cisneros Television Group. Un grupo en expansión (1999, julio). *TV Mas Magazine*, [en línea]. Disponible en:
http://www.tvmasmagazine.com/paginas_edicionesAnteriores/julio99/nota_de_tapa.html [2013, 28 de mayo].

Clejanii. [en línea]. Disponible en:
http://www.kanald.ro/emisiuni/clejanii_28191.html [2014, 23 de noviembre].

“Codul lui Da Vinci”, cel mai vizionat film în România, în 2006 [“El código Da Vinci”, la película la más visionada en Rumanía en 2006] (2007, 2 de febrero). [en línea]. Disponible en:
http://www.realitatea.net/codul-lui-da-vinci-cel-mai-vizionat-film-in-romania-in-2006_40381.html [2014, 13 de agosto].

Concurs! Dovedește că ești fan „Regina” și câștigă premii! [¡Concurso! ¡Comprueba que eres fan de la telenovela “Regina” y gana premios!]. [en línea]. Disponible en:
<http://regina.acasatv.ro/stiri/concurs-dovedeste-ca-esti-fan-regina-si-castiga-premii> [2014, 1 de octubre].

Crivăț, I. (2006, 5 de junio). În București, Paradă a homosexualilor cu paruială și bastoane pe spinare [En Bucarest, Parada de los homosexuales con pelea y golpes en la espalda]. [en línea]. Disponible en:

<http://www.9am.ro/stiri-revista-presei/2006-06-05/in-bucuresti-parada-a-homosexualilor-cu-paruiala-si-bastoane-pe-spinare.html#ixzz39RNTrPxo>
[2014, 4 de agosto].

Croatia heading to the local telenovela (2005, enero). *Only Telenovelas*, [en línea].
Disponible en:
http://www.tvmasnovela.tv/onlytelenovelas/Only_3/2_2_lookWorld.php [2013, 30 de octubre].

“Daria, iubirea mea” este prima telenovela interactiva din Romania [“Daria, mi amor” es la primera telenovela interactiva en Rumania”]. [en línea]. Disponible en:
http://www.dariaiubireamea.ro/stiri/telenovela_interactiva.html [2014, 28 enero].

De este a oeste, la telenovela sigue ganando terreno (2007, enero). *TV Mas Magazine*, [en línea]. Disponible en:
<http://www.tvmasmagazine.com/enero2007/opinion5.php> [2014, 6 de marzo].

Din 1 februarie, episoadele din “Inimă de țigan” oferă mai multă poveste / A partir del 1 de febrero, los capítulos de “Corazón de gitano” ofrecen más contenidos (2008, 25 de enero). [en línea]. Disponible en:
http://www.inimadetigan.ro/stire/Din_1_februarie_episoadele_din_Inima_de_tigan_ofera_mai_multa_poveste [2014, 29 de septiembre].

Echipa Acasă este prima echipă românească ce a filmat în deșertul Sahara [El equipo Acasa es el primer equipo rumano que rodó en el desierto del Sáhara]. [en línea]. Disponible en:
http://www.inimadetigan.ro/stire/Echipa_Acasa_este_prima echipa_romaneasca_ce_a_filmato_in_desertul_Sahara [2014, 6 de febrero].

Eduard, S. y Mihalcea, M. (2005, 27 de septiembre). Azi în premieră, “Secretul Mariei” [Estreno de hoy, “El secreto de María”]. [en línea]. Disponible en:
<http://jurnalul.ro/cultura/arte-vizuale/azi-in-premiera-secretul-mariei-36513.html>
[2014, 1 de agosto].

Ei sunt noii RBD ai Romaniei. Din toamna joaca in "Pariu cu viata", primul serial muzical la ProTV [Ellos son los nuevos RBD de Rumania. A partir del otoño, actúan en “Apuesta con la vida”, la primera serie musical en ProTV]. [en línea].

Disponible en:

<http://stirileprotv.ro/show-buzz/film-tv/ei-sunt-noii-rbd-ai-romaniei-din-toamna-joaca-in-pariu-cu-viata-primul-serial-muzical-la-protv.html> [2014, 18 de febrero].

“En nombre del honor” se verá por primera vez en Ecuador (2011, 30 de julio). *El Mercurio* [en línea]. Disponible en:

<http://www.elmercurio.com.ec/290745-“en-nombre-del-honor”-se-vera-por-primera-vez-en-ecuador/#.VG4H0Us96ks> [2014, 20 de noviembre].

Epigmenio Ibarra: “La mejor inspiración, la voluntad de cambiar el mundo” (2007, 12 de agosto). [en línea]. Disponible en:

www.eluniversal.com.mx/nacion/153274.html [2013, 25 de abril].

Erimia, A. (2005, 31 de agosto). Episodul-pilot din “Lacrimi de iubire”, plin de surprize [El episodio-piloto de “Lágrimas de amor”, lleno de sorpresas]. [en línea].

Disponible en:

<http://www.9am.ro/stiri-revista-presei/LifeStar/17433/Episodul-pilot-din-Lacrimi-de-iubire-plin-de-surprize.html> [2014, 1 de agosto].

Esperan a Edith González en Rumania para rodar telenovela (2007, 12 de noviembre). [en línea]. Disponible en:

<http://www.eluniversal.com.mx/notas/460794.html> [2014, 3 de febrero].

Europa del Este: influencia de México en su telenovela. (2004, agosto). *TV Mas Magazine*, [en línea]. Disponible en:

http://www.tvmasmagazine.com/paginas_edicionesAnteriores/agosto2004/telenovelas2.html [2012, 2 de agosto].

Fallece Valerio Lazarov, un 'revolucionario' de la televisión” (2009, 11 de agosto). *El País* [en línea]. Disponible en:
http://cultura.elpais.com/cultura/2009/08/11/actualidad/1249941601_850215.html [2015, 24 de enero].

“Fetele marinarului” i-au sedus pe veteranii teatrului [“Las hijas del marinero” sedujeron a los veteranos del teatro] (2009, 19 de enero). [en línea]. Disponible en:
<http://www.evz.ro/articole/detalii-articol/836206/Fetele-marinarului-i-au-sedus-pe-veteranii-teatrului/> [2014, de 19 febrero].

“Fiicele marinarului”, în căutarea răzbunării [“Las hijas del marinero” en búsqueda de la venganza] (2008, 1 noviembre). [en línea]. Disponible en:
<http://www.evz.ro/articole/detalii-articol/826674/Fiicele-marinarului-in-cautarea-razbunarii/> [2014, 19 de febrero].

Final de sezon plin de tensiune la “Narcisa Salbatica” [Final de temporada lleno de tensión en “Narcisa la salvaje”] (2011). [en línea]. Disponible en:
<http://www.a1.ro/tv/tv/final-de-sezon-plin-de-tensiune-la-narcisa-salbatica-158040.html> [2014, 21 de febrero].

Globo from Brasil gives a thousand hours to Russia (2004, enero). *Only Telenovelas*, [en línea]. Disponible en:
http://www.tvmasnovela.tv/onlytelenovelas/paginas/3_5_lookWorld.php [2010, 24 de marzo].

Hurezeanu, G. (2006, 8 de noviembre). Carolina Tejera a venit la București împreună cu soțul ei [Carolina Tejera llegó a Bucarest junto a su marido]. [en línea]. Disponible en:
<http://www.9am.ro/stiri-revista-presei/LifeStar/47523/Carolina-Tejera-a-venit-la-Bucuresti-impreuna-cu-sotul-ei.html> [2014, 16 de agosto].

În această toamnă, ACASĂ se scriu pagini din istoria televiziunii românești, o dată cu lansarea primului serial românesc de epocă – “Aniela”! [En este otoño, ACASA

se escriben páginas de historia de la televisión rumana, a la vez con la presentación de la primera serie rumana de época – ¡“Aniela”! (2009). [en línea]. Disponible en:

<http://www.acasatv.ro/serial-romanesc-de-epoca/in-aceasta-toamna-acasa-se-scriu-pagini-din-istoria-televiziunii-romanesti-o-data-cu-lansarea-primului.html> [2014, 29 de enero].

Inimă de țigan [Corazón de gitano] (2008). [en línea]. Disponible en:

<http://www.elady.ro/articole/Divertisment/Inima-de-tigan.html> [2014, 30 de enero].

“Inimă de țigan” a bătut meciul dintre România și Israel [“Corazón de gitano” ha superado en audiencias el partido de fútbol entre Rumania e Israel]. [en línea].

Disponible en:

http://www.inimadetigan.ro/stire/_Inima_de_tigan_a_batut_meciul_dintre_Romania_si_Israel [2014, 31 de enero].

“Inimă de țigan” merge la târgul de televiziune de la Cannes [Corazón de gitano va a la feria de televisión de Cannes] (2008). [en línea]. Disponible en:

<http://www.mediafax.ro/cultura-media/inima-de-tigan-merge-la-targul-de-televiziune-de-la-cannes-2498917> [2014, 5 de febrero].

“Iubire si onoare”, premiata la Seul [El honor de amar, premiada en Seúl] (2011). [en línea]. Disponible en:

<http://www.acasatv.ro/telenovele-romanesti/iubire-si-onoare-premiata-la-seul.html> [2014, 4 de marzo].

Iubire și onoare a fost vândută de MediaPro Distribution în țări din întreaga lume [El honor de amar se vendió por MediaPro Distribution en países de todo el mundo].

[en línea]. Disponible en:

<http://www.acasatv.ro/vedete/iubire-si-onoare-a-fost-vanduta-de-mediapro-distribution-in-tari-din-intreaga-lume.html> [2014, 5 de marzo].

Index Mundi, Romania GDP - real growth [en línea]. Disponible en:

<http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ro&v=66> [2013, 3 de junio].

Intact Production – Seriale. [en línea]. Disponible en:

<http://bitdevelopment.ro/web/intactproduction/portofoliu-seriale.php> [2014, 26 de julio].

“Iubire ca în filme” încânta telespectatorii cu o nouă poveste [“Amor como en las películas” encanta a los telespectadores con una nueva historia]. [en línea]. Disponible en:

<http://www.acasatv.ro/telenovele-romanesti/iubire-ca-in-filme-incanta-telespectatorii-cu-o-noua-poveste.html> [2014, 13 de agosto].

“Iubire ca în filme” revine cu “No Mercy” care debutează în telenovele [“Amor como en las películas” vuelve con “No Mercy” que se estrena en telenovelas]. [en línea]. Disponible en:

http://www.iubirecainfilme.ro/stiri/no_mercy.html [2014, 12 de agosto].

Jonas in Katarina reșujeta Strasti [Las Pasiones de Jonas y Katarina] (2008, 17 de noviembre). [en línea]. Disponible en:

<http://www.rtvsllo.si/zabava/druzabna-kronika/jonas-in-katarina-resujeta-strasti/196423> [2012, 30 de agosto].

Kozma, A. M. (2014, 6 de febrero). Exclusiv! Adela Popescu, despre castingul pentru “Numai iubirea”! [En exclusiva! Adela Popescu, sobre el casting para “Sólo el amor”!]. [en línea]. Disponible en:

<http://www.agentiadepresamondena.com/adela-popescu-interviu-casting-numai-iubirea/> [2014, 28 de julio].

“La Bloc” face revederea de 10 ani cu un episod-eveniment, de 1 Decembrie [“En el bloque” vuelve 10 años después con un capítulo-evento, el 1 de Diciembre] (2013, 24 de noviembre). [en línea]. Disponible en:

<http://www.protv.ro/stiri/la-bloc-face-revederea-de-10-ani-cu-un-episod-eveniment-de-1-decembrie.html> [2014, 16 de julio].

Lacrimi de iubire, în varianta roman [Lágrimas de amor, en versión novela] (2006, 21 de agosto). [en línea]. Disponible en:
<http://www.romanialibera.ro/stil-de-viata/monden/-lacrimi-de-iubire---in-varianta-roman--54827> [2014, 30 de julio].

La Povești adevărate: Joi, 26 martie, “Regina” a înregistrat cea mai mare audiență de la lansare [En Historias Verdaderas: Jueves, el 26 de marzo, “Regina” alcanzó la mayor cuota de audiencia desde su estreno]. [en línea]. Disponible en:
<http://regina.acasatv.ro/stiri/la-povestiri-adevarate-joi-26-martie-regina-a-inregistrat-cea> [2014, 6 de febrero].

La Povești adevărate: Momente impresionante din “Iubire ca in filme” și din “Daria, iubirea mea”! [En Historias Verdaderas: ¡Momentos impresionantes de “Amor como en las películas” y de “Daria, mi amor”!]. [en línea]. Disponible en:
<http://www.acasatv.ro/emisiuni/la-povestiri-adevarate-momente-impresionante-din-iubire-ca-in-filme-si-din-daria-iubirea-mea.html> [2014, 12 de agosto].

La Tele esperará hasta abril de 2013 para renovarse (2012, 3 de noviembre). *El Universal*, [en línea]. Disponible en:
<http://www.eluniversal.com/arte-y-entretenimiento/121103/la-tele-esperara-hasta-abril-de-2013-para-renovarse> [2014, 6 de diciembre].

Locații [Locaciones]. [en línea]. Disponible en:
<http://aniela.acasatv.ro/locatii> [2014, 25 de septiembre].

Loredana a lansat videoclipul piesei “Satra in asfintit” la Povestiri de noapte [Loredana ha estrenado el videoclip de la canción “El campamento en la puesta del sol” en Cuentos nocturnos]. [en línea]. Disponible en:
<http://www.acasatv.ro/emisiuni/loredana-a-lansat-videoclipul-pieseii-satra-in-asfintit-la-povestiri-de-noapte.html> [2014, 1 de octubre].

Los negocios de Corrado en Rumania (2006, 20 de mayo). [en línea] Disponible en:
<http://www.infobae.com/2006/05/20/255270-los-negocios-corrado-rumania>
[2014, 2 de agosto].

LOVITURĂ pentru MEDIAPRO! “Mama telenovelelor” de la Acasă TV, RUXANDRA ION, PĂRĂSEȘTE TRUSTUL! [¡GOLPE para MEDIAPRO! ¡La “madre de las telenovelas” de Acasa TV, RUXANDRA ION, DEJA LA COMPAÑÍA] (2014, 27 de febrero). [en línea]. Disponible en: <http://www.libertatea.ro/detalii/articol/lovitura-pentru-mediapro-mama-telenovele-paraseste-postul-acasa-tv-483552.html#ixzz3JqZBnTr0> [2014, 23 de noviembre].

Manea, A. (2011). S-a confirmat! Narcisa-Iubiri nelegiuite iese din grila mai devreme! [¡Está confirmado! Narcisa-amores sin ley sale de la parrilla más pronto de lo previsto]. [en línea]. Disponible en: <http://www.agentiadepresamondena.com/narcisa-iubiri-nelegiuite-final/> [2014, 24 de febrero].

Marcu, D. (2010, 12 de julio). ““Crima de onoare”, un subiect tabu din lumea islamică devine serial în România: cazul unei iordaniene, ucisă cu 28 de lovituri de cuțit de frații ei de sânge” [“El crimen de honor”, un tema tabú en el mundo islámico se convierte en una serie en Rumania: el caso de una jordana, matada a 28 puñaladas por sus hermanos de sangre]. [en línea]. Disponible en: <http://www.gandul.info/magazin/crima-de-onoare-un-subiect-tabu-din-lumea-islamica-devine-serial-in-romania-cazul-unei-iordaniene-ucisa-cu-28-de-lovituri-de-cutit-de-fratii-ei-de-sange-6544597> [2014, 10 de febrero].

Marea premiera “Aniela”, un eveniment plin de stralucire! [La gran premiere “Aniela”, un evento lleno de glamour!. [en línea]. Disponible en: <http://www.acasatv.ro/serial-romanesc-de-epoca/marea-premiera-aniela-un-eveniment-plin-de-stralucire.html> [2014, 28 de septiembre].

MediaPro Sees Worldwide Success With Romanian Telenovelas (2011, 2 de febrero). [en línea]. Disponible en: <http://www.cetv-net.com/en/press-center/company-news/192.shtml> [2014, 20 de noviembre].

MediaPro Sees Worldwide Success With Romanian Telenovelas (2011, 2 de febrero).
[en línea]. Disponible en: <http://www.cetv-net.com/en/press-center/company-news/192.shtml> [2014, 10 de marzo].

MegaTV presenta el gran estreno de la telenovela “El Honor de Amar”. [en línea].
Disponible en: <http://www.prnewswire.com/news-releases/megatv-presenta-el-gran-estreno-de-la-telenovela-el-honor-de-amar-127721958.html> [2014, 19 de noviembre].

“Narcisa Salbatica” - filmari exceptionale in Grecia [Narcisa la salvaje – rodaje excepcional en Grecia] (2011). [en línea]. Disponible en:
<http://a1.ro/tv/tv-1/narcisa-salbatica-filmari-exceptionale-in-grecia-id40064.html#> [2014, 26 de febrero].

Nebunia “Numai iubirea” [La locura “Sólo el amor”] (2005, 15 de mayo). [en línea].
Disponible en:
<http://www.libertatea.ro/detalii/articol/Nebunia-Numai-iubirea-114032.html>
[2014, 26 de julio].

“No Comment” cu Irinel și Monica/“No Comment” con Irinel y Mónica (2006, 19 de abril). [en línea]. Disponible en:
<http://www.libertatea.ro/detalii/articol/no-comment-cu-irinel-si-monica-151216.html> [Consulta: 23 noviembre 2014].

“Numai iubirea”, în prime time! [“Sólo el amor”, en horario estelar!]. [en línea].
Disponible en:
<http://stiri.apropotv.ro/life-style/quot-numai-iubirea-quot-in-prime-time-2190985> [2014, 24 de julio].

“O noua viață”- Prima telenovela muzicală românească, marea premieră, 2 februarie!
[“Una nueva vida” – La primera telenovela musical rumana, el estreno, el 2 de febrero!]. [en línea]. Disponible en:
<http://www.acasatv.ro/o-noua-viata/o-noua-viata-prima-telenovela-muzicala-romaneasca-revine-acasa.html> [2014, 23 de noviembre].

O superproducție “romance”: “Fetele marinarului” [Una superproducción “romance”: “Las hijas del marinero”] (2009, 30 de enero). [en línea]. Disponible en:

http://www.sfin.ro/articol_15189/o_superproductie_romance_%E2%80%9Efetele_marinarului%E2%80%9C.html?action=print [2014, 19 de febrero].

Obae, P. (2009). ANÁLISIS: Fetele marinarului au facut 1,5-1,7 milioane de euro. Serialul va continua in toamna sau anul viitor [ANÁLISIS: Las hijas del marinero sacaron ingresos de 1,5-1,7 millones de euros. La serie se retomará en otoño o el año que viene]. [en línea]. Disponible en:

<http://www.paginademedia.ro/2009/06/analiza-fetele-marinarului-au-facut-15-17-milioane-de-euro-serialul-va-continua-in-toamna-sau-anul-viitor/> [2014, 21 de febrero].

Pa și pusi “Numai iubirea” [Adiós “Solo el amor”] (2005). [en línea]. *TV Mania*, 16. Disponible en:

<http://www.tvmania.ro/arhiva/?id=2255> [2014, 22 de enero].

Patriche, E. (2012, 24 de octubre). Din culise [Entre bastidores]. [en línea]. Disponible en: <http://eugenpatriche.wordpress.com/2012/10/24/din-culise/> [2014, 26 de julio].

Pawlak, J. (2006, 24 de septiembre). Los archivos de la Securitate abren heridas en Rumanía. [en línea]. Disponible en:

<http://www.20minutos.es/noticia/155411/0/ENFOQUE/RUMANIA/SECURITATE/#xtor=AD-15&xts=467263> [2014, 12 de agosto].

Păcatele Evei [Los pecados de Eva]. [en línea]. Disponible en:

<http://www.pacateleevei.ro/actori.php?actor=24&show=personaj> [2014, 6 de agosto].

Pentru trei zile Parisul a aflat cum bate o “Inimă de țigan” [Durante tres días, París ha comprobado el ritmo de los latidos de “Corazón de gitano”] (2007, 25 de noviembre). [en línea]. Disponible en:

http://www.inimadetigan.ro/stire/Pentru_trei_zile_Parisul_a_aflat_cum_bate_o_Inima_de_tigan_ [2014, 1 de octubre].

Petru, C., Eduard, S. y Mihalcea, M. (2005, 21 de octubre). Secretul Mariei: filmări și culise [El secreto de María: rodaje y tras bastidores], [en línea]. Disponible en: <http://jurnalul.ro/fun/secretul-mariei-filmari-si-culise-35003.html> [2014, 3 de agosto].

PIB-ul României: Evoluția Produsului Intern Brut – INS [El PIB de Rumania: la evolución del producto interior bruto] (2011, 15 de noviembre). [en línea]. Disponible en: <http://www.zf.ro/zf-utile/pib-ul-romaniei-evolutia-produsului-intern-brut-ins-8264863> [2013, 3 de junio].

Poland is buying less telenovelas and investing in the development of formats (2009, enero-febrero). *Only Telenovelas Fiction & Formats*, [en línea]. Disponible en: http://www.tvmasnovela.tv/onlytelenovelas/Only_3/2_3_lookWorld.php [2013, 31 de octubre].

Popescu. I. e Irod, A. Casa vedetelor nu mai e Acasa [La casa de los famosos ya no es Acasa]. [en línea]. Disponible en: <http://business.rol.ro/print/casa-vedetelor-nu-mai-e-acasa-27892.html> [2014, 6 de agosto].

Premiera filmului “State de Romania - student la Sorbona”, vizionata de 2,5 milioane romani [El estreno de la película “State de Rumania – estudiante en la Sorbona”, vista por 2,5 millones de rumanos] (2009, 28 de septiembre). [en línea]. Disponible en: <http://www.zf.ro/zf-24/premiera-filmului-state-de-romania-student-la-sorbona-vizionata-de-2-5-milioane-romani-4940970/> [2014, 16 de octubre].

Preoteasa, M. Televiziunea în Europa. Reglementări, politici și independență [La televisión en Europa. Reglamentaciones, políticas e independencia]. [en línea]. Disponible en: http://www2.cji.ro/userfiles/file/documente/media_rom3.pdf [Consulta: 2015, 1

de febrero].

Prima telenovela romaneasca e gata de start [La primera telenovela rumana está lista para empezar] (2004, 30 de septiembre). [en línea]. Disponible en: <http://www.libertatea.ro/detalii/articol/Prima-telenovela-romaneasca-e-gata-de-start-88466.html> [2014, 24 de julio].

Pronto por Telemundo “En Nombre del Honor” (2014, 16 de octubre). [en línea]. Disponible en: <http://www.telemundopr.com/entretenimiento/television/Pronto-por-Telemundo-En-Nombre-del-Honor-279469812.html> [2014, 19 de noviembre].

Queen Rania of Jordan takes on hardliners over honour killings (2009). [en línea]. Disponible en: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/middleeast/jordan/6736576/Queen-Rania-of-Jordan-takes-on-hardliners-over-honour-killings.html> [2014, 9 de febrero].

Quispe-Agnoli, R., La telenovela latinoamericana frente a la globalización: roles genéricos, estereotipos y mercado. [en línea]. Disponible en: <http://pergamo.pucp.edu.pe/lamiradadetelemo/node/25> [2014, 2 de agosto]

RBD, un nou concert pentru fanii români [RBD, un nuevo concierto para los admiradores rumanos] (2008, 6 de septiembre). [en línea]. Disponible en: http://adevarul.ro/news/eveniment/rbd-nou-concert-fanii-romani1_50ad0f4e7c42d5a6638e0c4c/index.html [2014, 30 de julio].

“Regina”, cel mai bun serial din Romania de la lansare si pana in prezent! [“Regina”, la mejor serie de Rumania desde el estreno hasta el presente!]. [en línea]. Disponible en: <http://www.acasatv.ro/telenovele-romanesti/regina-cel-mai-bun-serial-din-romania-de-la-lansare-si-pana-in-prezent.html> [2014, 6 de febrero].

“Regina”, o noua productie fascinanta marca Acasa TV [“Regina”, una nueva produccion fascinante de Acasa TV] [en línea]. Disponible en: <http://www.e-joy.ro/index.php?a=2190> [2014, 19 de febrero].

“Regina”, telenovela-fenomen, continuă să fie mai vizionată decât “Fetele Marinarului” [“Regina”, la telenovela-fenómeno sigue siendo más visionada que “Las hijas del mariner”]. [en línea]. Disponible en: <http://www.acasatv.ro/telenovele-romanesti/regina-telenovela-fenomen-continua-sa-fie-mai-vizionata-decat-fetele-marinarului.html> [2014, 6 de febrero]

Rumania con originales ingresó al mercado internacional (2011, octubre-noviembre). *TV Mas Magazine*, [en línea]. Disponible en: [http://www.tvmasmagazine.com/paginas_edicionActual/noviembre2011/TVMA SOCTNOV2011.pdf](http://www.tvmasmagazine.com/paginas_edicionActual/noviembre2011/TVMA%20SOCTNOV2011.pdf) [2014, 5 de marzo].

Russia goes into co-producion with Argentina. “They get 54% share” (2006, enero). *Only Telenovelas*, [en línea]. Disponible en: http://www.tvmasnovela.tv/onlytelenovelas/Only_6/3_2_lookWorld.php [2010, 10 de julio].

Russia: telenovelas increase in popularity (2005, septiembre-octubre). *OnlyTelenovelas*, [en línea]. Disponible en: http://www.tvmasnovela.tv/onlytelenovelas/Only_5/7_2_Telenovela_Europe.php [2010, 7 de julio].

Ruxandra Ion. [en línea]. Disponible en: <http://academytv.ro/about-us/ruxandra-ion/> [2014, 6 agosto].

Ruxandra Ion, despre părăsirea trustului PRO: “Plecarea lui Adrian Sârbu a grăbit decizia mea” [Ruxandra Ion, sobre su dimisión de la compañía PRO: “La renuncia de Adrian Sârbu ha apresurado mi decisión”] (9 de marzo de 2014). [en línea]. Disponible en: <http://www.libertatea.ro/detalii/articol/ruxandra-ion-interviu-plecare-media-pro-484696.html#ixzz3JqcAYGrG> [2014, 23 de noviembre].

Schimbări de scenariu decise de producători [Cambios de escenario decididos por los productores] (2006, 15 de diciembre). [en línea]. Disponible en: <http://forum.acasatv.ro/viewtopic.php?f=8&t=33243> [Consulta: 2014, 13 de agosto].

Serialele coreene, alternativa la telenovela [Series coreanas, alternativa a las telenovelas] (2010, 4 de noviembre). [en línea]. Disponible en: <http://koreafilm.ro/blog/2010/11/serialele-coreene-alternativa-la-telenovele/> [2013, 16 de agosto].

Sigona, N. (Ed.) (2008), *The Latest Public Enemy: Romanian Roma in Italy. The case studies of Milan, Bologna, Rome and Naples*, [en línea]. Disponible en: http://www.osservazione.org/documenti/OSCE_publicenemy.pdf [2014, 29 de septiembre].

Simionescu, A. (2010, 9 de agosto). “Narcisa sălbatică”, noua telenovelă de pe Antena 1” [“Narcisa la salvaje”, la nueva telenovela emitida por Antena 1]. *Evenimentul Zilei*, [en línea]. Disponible en: <http://www.evz.ro/detalii/stiri/narcisa-salbatica-noua-telenovela-de-pe-antena-1-902682.html> [2014, 21 de febrero].

Sitcomul romanesc se afla in epoca de piatra [La sitcom rumana se encuentra en la edad de piedra] (2003, 20 de noviembre). [en línea]. Disponible en: <http://www.capital.ro/sitcomul-romanesc-se-afla-in-epoca-de-piatra-11747.html> [2014, 17 de julio].

Slovenia Reaching 40% of the spectators (2004, junio). *Only Telenovelas*, [en línea]. Disponible en: http://tvmasnovela.tv/onlytelenovelas/Only_2/2_2_lookWorld.php [2012, 30 de junio].

Teatrul radiofonic, blockbusterul comunist [El teatro radiofónico: el blockbuster comunista] (2008, 1 de noviembre). [en línea]. Disponible en:

<http://www.evz.ro/detalii/stiri/teatrul-radiofonic-blockbusterul-comunist-826735.html> [2011, 9 de julio].

Telenovela “Fetele marinarului” va fi vizionată de milioane de sud americani [La telenovela “Las hijas del marinero será visionada por millones de sudamericanos] (2009, 1 de junio). [en línea]. Disponible en: <http://www.antena3.ro/timp-liber/cultura/telenovela-fetele-marinarului-va-fi-vizionata-de-milioane-de-sud-americi-72785.html> [2014, 6 de marzo].

Telenovela “Inimă de țigan” a fost prezentă la Cannes [La telenovela “Corazón de gitano” estuvo presente en Cannes]. [en línea]. Disponible en: http://www.inimadetigan.ro/stire/Telenovela_Inima_de_tigan_a_fost_prezenta_la_Cannes_ [2014, 6 de marzo].

Telenovela is Something Else (1986). *Variety*, 12 de marzo, 142.

Telenovela româneasca face campanie anti-drog [La telenovela rumana hace campaña anti-droga] (2005, 2 de noviembre). *Ziarul*, [en línea]. Disponible en: <http://www.hotnews.ro/stiri-arhiva-1202517-oana-zavoranu-spune-nu-lasa-batuta.htm> [2014, 5 agosto].

Telenovelas are and will continue to be a success in Eastern Europe. Third World Summit of the Telenovela and Fiction Industry. (2004, enero). *Only Telenovelas*, [en línea]. Disponible en: http://www.tvmasnovela.tv/onlytelenovelas/Only_6/5_6_Cumbre.php [2013, 28 octubre].

Telenovelas rumanas: poco ruido y mucho rating (2014, 30 de octubre). [en línea]. Disponible en: http://ttvmedianews.com/scripts/templates/estilo_notas.asp?nota=10057029&idiotema=Nuevo&tipo=ultima_semana [2014, 21 de noviembre].

Telenovelele “Inimă de țigan” și “Regina”, la un pas să cucerească Africa și Asia [Las telenovelas “Corazón de gitano” y “Regina”, a un paso de conquistar África y

Asia] (2009, 2 de abril). *Ziarul Financiar*, [en línea]. Disponible en: <http://www.zf.ro/companii/telenovelele-inima-de-tigan-si-regina-la-un-pas-sa/cucereasca-africa-si-asia-4136326> [2014, 6 de marzo].

Telenovelele romanesti dublate in diferite limbi – VIDEO [Telenovelas rumanas dobladas en distintos idiomas – VIDEO]. [en línea]. Disponible en: <http://www.acasatv.ro/povestiri-adevarate/telenovelele-romanesti-dublate-in-diferite-limbi-video.html> [2014, 5 de marzo].

Televen estrena telenovela rumana “En nombre del honor” (2012, 17 de enero). *El Universal*, [en línea]. Disponible en: <http://www.eluniversal.com/arte-y-entretenimiento/television/120117/televen-estrena-telenovela-rumana-en-nombre-del-honor> [2014, 20 de noviembre]

Televiziunea în România. *Enciclopedia Romaniei*, [en línea]. Disponible en: http://enciclopediaromaniei.ro/wiki/Televiziunea_în_România [2013, 12 de abril]

The first Croatian telenovela has a Latin name, Villa María (2004, junio). *TV Más Novelas*, [en línea]. Disponible en: http://tvmasnovela.tv/onlytelenovelas/Only_2/3_6_Writers.php [2012, 30 de agosto].

TiiN estrena la serie Pequeños ángeles (Îngerașii) (2012, 28 de enero). [en línea]. Disponible en: <http://infotelenovelas.com/tiin-estrena-la-serie-pequenos-angeles-ingerasii/> [2014, 6 de diciembre].

Tienen más fans que Michael Jackson (2003, agosto-septiembre). *TV Mas Magazine*, [en línea]. Disponible en: <http://www.tvmasmagazine.com/agosto-septiembre2003/telenovelas2.html> [2013, 16 de agosto].

Transplantul de organe, un subiect foarte disputat în ”Inimă de țigan [El trasplante de órganos, un tema muy controvertido en “Corazón de gitano”]. [en línea]. Disponible en:

http://www.inimadetigan.ro/stire/Transplantul_de_organe_un_subiect_foarte_disputat_in_Inima_de_tigan_ [2014, 31 de enero].

TV market in Romania, Database of TV companies and TV channels in the European Union and in Candidate Countries (MAVISE). [en línea]. Disponible en: <http://mavise.obs.coe.int/country?id=31> [2014, 16 de julio].

Two Romanian telenovelas sold in Mexico. [en línea]. Disponible en: <http://www.mediaprodistribution.com/index.php?lang=en> [2013, 15 de marzo].

U ime časti. [en línea]. Disponible en:

<http://mojtv.hr/serije/26224/u-ime- casti.aspx> [2014, 21 de noviembre].

Ukraine: Local telenovelas increasing rating (2006, junio). *Only Telenovelas*, [en línea]. Disponible en:

http://www.tvmasnovela.tv/onlytelenovelas/Only_5/7_2_Telenovela_Europe.php [2010, 10 de enero].

Vezi integral una dintre cele mai violente scene din telenovelele românești [Mira integralmente una de las escenas más violentas de las telenovelas rumanas]. [en línea]. Disponible en: <http://www.acasatv.ro/telenovele-romanesti/vezi-integral-una-dintre-cele-mai-violente-scene-din-telenovelele-romanesti-video.html> [2014, 28 de julio].

Văduva, A. (2006, 16 de octubre). *Sitcom – Baronii “Vouă”*. [en línea]. Disponible en: <http://jurnalul.ro/cultura/arte-vizuale/sitcom-baronii-voua-10128.html> [2014, 20 de julio]

Vsakodnevne Strasti za zabavo Slovencev [Pasión diaria de los eslovenos para el entretenimiento] (2008, 20 de octubre). [en línea]. Disponible en:

<http://www.rtv slo.si/zabava/zanimivosti/vsakodnevnestrasti-za-zabavo-slovencev/195985> [2013, 25 de octubre].

Leyes y documentos

Actividades de radiodifusión televisiva: Directiva “Televisión sin fronteras” (TSF) (2005). [en línea]. Disponible en:

www.cji.ro/userfiles/file/documente/media_rom3.pdf [2012, 10 de diciembre].

Constituția Republicii Socialiste România din 1965 [Constitución de la República Socialista de Rumania de 1965]. [en línea]. Disponible en: http://legislatie.resurse-pentru-democratie.org/const_1965.php [Consulta: 2012, 4 de diciembre].

Constituția României din 1991 [Constitución de Rumania de 1991]. [en línea]. Disponible en:

http://www.cdep.ro/pls/dic/act_show?ida=1&idl=5&tit=2#t2c2s0a30 [2013, 7 de enero].

Decizia nr. 1214 din 14.12.2010. [en línea]. Disponible en:

<http://www.cna.ro/Decizia-nr-1214-din-14-12-2010.html> [2014, 8 de noviembre].

Directiva del Consejo de 3 de octubre de 1989 sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva (89/552/CEE). [en línea]. Disponible en:

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/consleg/1989/L/01989L0552-19970730-es.pdf> [2013, 15 de enero].

Institutul Național de Statistică (2011). Rezultate definitive ale Recensământului Populației și al Locuințelor – 2011 [Resultados definitivos del Censo de Población y de las Viviendas – 2011]. [en línea]. Disponible en:

http://www.recensamantromania.ro/wp-content/uploads/2013/07/REZULTATE-DEFINITIVE-RPL_2011.pdf [2014, 25 de julio].

Lege Nr. 41 din 17 iunie 1994 [Ley No. 42 de 17 de junio de 1994]. [en línea].

Disponible en:

<http://www.cna.ro/LEGE-Nr-41-din-17-iunie-1994,2196.html> [Consulta: 12 enero 2013].

Legea audiovizualului 504/2002 [Ley del Audiovisual 504/2002]. [en línea]. Disponible en:

<http://www.cna.ro/Legea-audiovizualului.html> [2013, 12 de enero].

Síntesis de la Legislación de la UE, Actividades de radiodifusión televisiva: Directiva «Televisión sin fronteras» (TSF). [en línea]. Disponible en:

http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/l24101_es.htm#AMENDINGACT [2013, 26 de enero].

TV market in Romania, Database of TV companies and TV channels in the European Union and in Candidate Countries (MAVISE), [en línea]. Disponible en:

<http://mavise.obs.coe.int/country?id=31> [2013, 2 de febrero].

Páginas web oficiales

Acasa TV. [en línea]. Disponible en: www.acasatv.ro/ [2014, 7 de junio].

Amor Real. [en línea]. Disponible en:

<http://novelaseries.univision.com/amor-real/sinopsis> [2013, 4 de septiembre].

Central European Media Enterprises. [en línea]. Disponible en:

<http://www.cetv-net.com/en/about-cme/company-overview.shtml> [2013, 22 de enero].

Dolce Vita Productions. [en línea]. Disponible en:

<http://www.dolcevitaproductions.net> [2014, 10 de enero].

Dori Media. [en línea]. Disponible en:

<http://www.dorimedia.com/content.asp?page=whatis> [2013, 20 de abril].

DISCOP. [en línea]. Disponible en:

<http://www.discop.com/> [2013, 30 de julio].

Filme și seriale [Películas y series]. [en línea]. Disponible en:

<http://www.kanald.ro/Filme-si-Seriale/> [2013, 16 de agosto].

Family Film. [en línea]. Disponible en:

<http://www.familyfilm.ro> [2014, 10 de agosto].

GfK Romania. [en línea]. Disponible en:

<http://www.gfk-ro.com/> [2014, 31 de enero].

Intact Media Group. [en línea]. Disponible en:

<http://www.intactmediagroup.ro> [2014, 10 de agosto].

International Press Institute. [en línea]. Disponible en:

<http://www.freemedia.at> [2013, 20 de enero].

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji [Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión]. [en línea]. Disponible en:

<http://www.krrit.gov.pl/en/> [2013, 31 de octubre].

La vremuri noi, cu blocați noi! [Tiempos nuevos con coinquilinos nuevos]. [en línea].

Disponible en:

<http://www.labloc.ro> [2014, 12 de enero].

Media Pro Pictures. [en línea]. Disponible en:

<http://ro.mediapropictures.com/despre-noi> [2013, 15 de octubre].

Media Pro Studios. [en línea]. Disponible en:

<http://www.mediaprostudios.ro> [2014, 12 de septiembre].

Nova TV. [en línea]. Disponible en:

<http://novatv.dnevnik.hr/psz> [2013, 30 de octubre].

Pro TV. [en línea]. Disponible en:

<http://www.cetv-net.com/en/operations/pro-tv.shtml> [2013, 3 de febrero].

Radio România, Teatrul Național Radiofonic [Radio Rumania, Teatro Nacional Radiofónico]. [en línea]. Disponible en:

<http://tnr.srr.ro/> [2012, 17 de julio].

Ruja Vjetrova [Rosa del viento]. [en línea]. Disponible en:

<http://www.rtl.hr/ruzavjetrova/> [2012, 24 de agosto].

Seriale TV. [en línea]. Disponible en:

<http://www.nationaltv.ro/seriale.php> [2013, 16 de agosto].

Shant TV. [en línea]. Disponible en:

<http://www.shanttv.com/en/serials/> [2012, 9 de julio].

Terra Nostra. [en línea]. Disponible en:

<http://www.globotvinternational.com/prodDet.asp?catId=1&prodId=65> [2013, 19 de agosto].

The Clone. [en línea]. Disponible en:

<http://www.globotvinternational.com/prodDet.asp?prodId=70> [2013, 19 de agosto].

UNGEGN (United Nations Group of Experts on Geographical Names). [en línea]. Disponible en:

<http://unstats.un.org/unsd/geoinfo/UNGEGN/divisions.html> [2012, 10 de julio].

Tráilers oficiales de telenovelas rumanas (Ver videos en el DVD adjunto)

1. *Numai iubirea / Sólo el amor*. [en línea]. Disponible en:
<http://www.mediapropictures.com/tv-productions/promance/prime-time-long-running-series/tv-only-love-3126091> [2014, 1 de junio].
2. *Lacrimi de iubire / Lágrimas de amor*. [en línea]. Disponible en:
<http://www.mediapropictures.com/tv-productions/promance/prime-time-long-running-series/tv-tears-of-love-3126069> [2014, 1 de junio].
3. *Păcatele Evei / Los pecados de Eva*. [en línea]. Disponible en:
<http://www.mediapropictures.com/tv-productions/promance/prime-time-long-running-series/tv-the-sins-of-eve-3126116> [2014, 26 de enero].
4. *Iubire ca în filme / Amor como en las películas*. [en línea]. Disponible en:
<http://www.mediapropictures.com/tv-productions/promance/prime-time-long-running-series/tv-a-movie-like-romance-3125980> [2014, 1 de junio].
5. *Daria, iubirea mea / Daria, mi amor*. [en línea]. Disponible en:
<http://www.mediapropictures.com/tv-productions/promance/prime-time-long-running-series/tv-daria-my-love-3422539> [2014, 1 de junio].
6. *Îngerașii / Los angelitos*. [en línea]. Disponible en:
<http://www.mediapropictures.com/tv-productions/promance/prime-time-long-running-series/tv-little-angels-3423642> [2014, 1 de junio].
7. *Inimă de țigan / Corazón de gitano*. [en línea]. Disponible en:
<http://www.mediapropictures.com/tv-productions/promance/prime-time-long-running-series/tv-gypsy-heart-3125431> [2014, 1 de junio].
8. *Regina*. [en línea]. Disponible en:
<http://www.mediapropictures.com/tv-productions/promance/prime-time-long-running-series/tv-regina-3422519> [2014, 3 de junio].

9. *Aniela*. [en línea]. Disponible en:

<http://www.mediapropictures.com/tv-productions/promance/prime-time-long-running-series/tv-aniela-4975258> [2014, 1 de junio].

10. *Iubire și onoare / El honor de amar*. [en línea]. Disponible en:

<http://www.mediapropictures.com/tv-productions/promance/prime-time-long-running-series/tv-in-the-name-of-honour-7619354> [2014, 3 de junio].

11. *Fiicele marinarului / Las hijas del marinero*. [en línea]. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=3xGJKep6i5Y> [2014, 3 de junio].

12. *Narcisa. Iubiri nelegiuite / Narcisa. Amores ilegales*. [en línea]. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=Lgr8UvfmrW8> [2014, 3 de junio].

Fuentes secundarias

Academia Română (2009). *Dicționarul Explicativ al Limbii Române [Diccionario explicativo de la lengua rumana]* (3a.ed.). Bucarest: Univers Enciclopedic Gold.

Adorno, T. (2001). *The Culture Industry: Selected essays on mass culture*. (2a. ed.). London; New York: Routledge.

Albert, P. y Tudesq, A.J. (2003). *Istoria radioteleviziunii [La historia de la radiotelevisión]*. Bucarest: Institutul European.

Albérès, R.M. (1968). *Istoria romanului modern [Historia de la novela moderna]*. (Trad. L. Dimov). Bucarest: Editura pentru Literatura Universală
(Original en francés, *Histoire du roman moderne*. Paris: A. Michel. 1963).

Allen, R. C. (1985). *Speaking of Soap Operas*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.

- Allen, R. C. (Ed.) (1995). *To be continued...: soap operas around the world*. Londres; Nueva York: Routledge.
- Altman, R. (2000). *Los géneros cinematográficos*. Barcelona: Paidós.
- Ang, I. (1996). *Living Room Wars: Rethinking Media Audiences in the Modern World*. Londres: Routledge.
- Appadurai, A. (1990). Disjuncture and difference in the global cultural economy. *Theory, Culture and Society*, 7, 295–310.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large. Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Bajomi-Lázár, P. (2008). The Consolidation of Media Freedom in Post-Communist Countries. En K. Jakubowicz y M. Sükösd (Eds.), *Finding the Right Place on the Map: Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective* (pp. 73-84). Bristol; Chicago: Intellect.
- Balcerowicz, L. (1994). Understanding Postcommunist Transitions. *Journal of Democracy*, 5(4), octubre, 75-89.
- Barthes, R. (1972). *Le degré zero de l'écriture*. París: Seuil.
- Baldwin, K. (1995). Montezuma's revenge: Reading los Ricos también lloran in Russia. En R.C. Allen (Ed.), *To be continued: Soap Operas Around the World* (pp. 285-300). Nueva York: Routledge.
- Bechelloni, G. (1997). Introduction: Traveling cultures, mobile identities, television landscapes. En G. Bechelloni y M. Buonanno (Eds.), *Television fiction and identities: America, Europe, nations* (pp. XVII-XXV). Napoli: Ipermedium.

- Beck, U. (2008). *¿Qué es la globalización?*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Bettetini, G., Simonelli, G., Villa, M. y Vittadini, N. (1997). «Me duele tu semántica.» Chiquito y Paquito, la parodia de la telenovela en *Avanzi*. En E. Verón y L. Escudero Chauvel (Comps.), *Telenovela: ficción popular y mutaciones culturales* (pp. 87-103). Barcelona: Gedisa.
- Bhabha, H. (1986). The Other Question: Discrimination and the Discourse of Colonialism. En F. Baker (Ed.), *Literature, Politics, and Theory: Papers for the Essex Conference, 1976-1984* (pp. 148-172). Nueva York: Methuen.
- Bhabha, H. (1990). *Nation and narration*. London: Routledge.
- Bhabha, H. (1994). *The location of culture*. New York: Routledge.
- Bielby, D. y Harington, C. (2010). Opening America? The Telenovela-ization of the U.S. Soap Operas. En I. Stavans (Ed.). *Telenovelas* (pp. 79-92). Santa Barbara, CA: Greenwood.
- Biltereyst, D. y Meers, P. (2000). The International Telenovela Debate and the Contra-Flow Argument: A Reappraisal. *Media, Culture & Society*, 22, 393-413.
- Biltereyst, D. y Meers, P. (2010). The International Telenovela Debate and the Contra-Flow Argument: A Reappraisal. En I. Stavans (Ed.). *Telenovelas* (pp. 33-51). Santa Barbara: Greenwood.
- Boghossian, N. (2008, 22 de marzo). Telenovelas' drama tells true story of globalization, Armenian community hot for Colombian soap operas. *Daily News* [en línea].
 Disponible en: <http://www.highbeam.com/publications/daily-news-los-angeles-ca-p4093/march-2008/4> [2012, 14 de julio].
- Bourdieu, P. (1991). *El sentido práctico*. (Trad. A. Pazos). Madrid: Taurus (Original en francés, *Le sens pratique*. Paris: Les Éditions de Minuit. 1980).

- Bourdieu, P. (1988). *La distinción. Crítica social del gusto*. (Trad. M.C. Ruiz de Elvira). Madrid: Taurus (Original en francés. *La Distinction*. Paris: Les Éditions de Minuit. 1979).
- Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production*. New York: Columbia University Press.
- Braudy, L. (1977). *The World in a Frame: What We See in Films*. Garden City, N.Y.: Doubleday.
- Brown, M. E. (1997). El discurso femenino y el público de las telenovelas: un argumento a favor de la lectura de resistencia. En E. Verón y L. Escudero Chauvel (Comps.). *Telenovela: ficción popular y mutaciones culturales* (pp. 223-234). Barcelona: Gedisa.
- Brown, W. J. y Singhal, A. (1990). Ethical Dilemmas of Pro-social Television. *Communication Quarterly*, 38, 268-280.
- Bruck, P., Dörr D., Cole M., Favre J., Gramstad S., Monaco M. R. y Čulek, Z. (2004). *Transnational Media Concentrations in Europe* [en línea]. Strasbourg: Media Division Directorate General of Human Rights.
Disponible en: <http://www.incd.net/docs/transnationalmedia.pdf> [2013, 15 de septiembre].
- Buchieru, I. (1997). *Fenomenul televiziune [El fenómeno televisión]*. Bucuresti: Ed. Fundatiei Romania de Maine.
- Buonanno, M. (1999). *El drama televisivo: identidad y contenidos sociales*. Barcelona: Gedisa.
- Buonanno, M. (2002). *Convergences: Eurofiction forth report*. Napoli: Liguri.

- Butcher, M. (2003). *Transnational television, cultural identity and change: when STAR came to India*. Nueva Delhi. Thousand Oaks: Sage.
- Cabrujas J. I. (2002). *Y Latinoamérica inventó la telenovela*. Caracas: Alfadil.
- Cantor, M. G. y Cantor, J. M. (1992). *Prime-time Television. Content and Control*. Newbury Park, CA: Sage.
- Cassata, M. y Skill, T. (1982). *Life on Daytime Television: Tuning-In American Serial Drama*. Nueva York: Ablex.
- Castro, M. V. (1994). *Entre drama y comedia. Un estudio de la recepción de telenovelas en México*. Tesis de Maestría, Universidad Iberoamericana, México.
- Català Doménech, J.M. (2006). Una habitación con vistas. En *Actas del IX Congreso Internacional de la Asociación Española de Historiadores del Cine (AEHC)*, Córdoba.
- Cărtianu, G. (2010). *Sfârșitul Ceaușeștilor. Să mori împușcat ca un animal sălbatic [El final de los Ceaucescu. Morir disparado como un animal salvaje]*. Bucarest: Bestseller Adevărul.
- Chalaby, J. K. (2002). Transnational television in Europe. The role on pan-European channels. *European Journal of Communication*, 17(2), 183-203.
- Chalaby, J. (2005a). From internationalization to transnationalization. *Global Media and Communication*, 1(1), 28-33.
- Chalaby, J. (2005b). Towards an understanding of media transnationalization. En J. Chalaby (Ed.). *Transnational television worldwide: Towards a new media order*. Londres: I.B. Tauris, 1-13.

- Chalaby, J. (2005c). *Transnational Television Worldwide: Towards a New Media Order*. Londres; Nueva York: I.B. Tauris.
- Chen, P. H. (2004). Transnational cable channels in the Taiwanese market. *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 66(2), 167-183.
- Ciamberlani, L. (1997). Los procesos de hiperreferencialización. Del discurso de la actualidad a los *reality shows*. En E. Verón y L. Escudero Chauvel (Comps.). *Telenovela: ficción popular y mutaciones culturales* (pp. 121-129). Barcelona: Gedisa.
- Cobianu-Băcanu, M. (1994). *Cultura si valori in perioada de tranzitie [Cultura y valores en el periodo de transición]*. Bucarest: Ed. Economica.
- Covarrubias, K.; Bautista, A. y Uribe, B. (1994). *Cuéntame en qué se quedó*. México D.F.: Trillas.
- Coman, M. (2003a). *Mass-media in Romania post-comunista [Los medios de comunicación en la Rumanía post-comunista]*. Iasi: Ed. Polirom.
- Coman, M. (2003b). *Introducere in sistemul mass-media [Introducción al sistema mass-media]* (2a. ed.). Iasi: Ed. Polirom.
- Comănescu, B. (2009). *Filmul de televiziune. Telenovela – serialitate si structuri [La película de televisión. La telenovela – serialidad y estructuras]*. Bucarest: Universitatea Națională de Artă Teatrală și Cinematografică “I.L. Caragiale”.
- Crețan, R. (2007). *Marginalitate socială și economică: conceptualizare și tipologie în cazul rromilor din Banat și sudul Crișanei [Marginalidad social y económica: conceptualización y tipología en el caso de la población roma de las regiones de Banat y del sur de Crișana]*. Timișoara: Edit. Universității de Vest.
- Dahrendorf, R. (2001). *Dupa 1989. Morală, revoluție și societatea civilă [Después de 1989. Moral, revolución y sociedad civil]*. Bucarest: Humanitas.

- Davis, C. y Nadler, J. (2009, junio). International Television Co-productions and the Cultural Discount: the Case of *Family Biz*, a Comedy [en línea]. Trabajo presentado en *12th Uddevalla Symposium 2009 on the Geography of Innovation and Entrepreneurship*, Politecnico di Bari, Italia.
- Disponible en: <http://www.ryerson.ca/~c5davis/publications/Nadler%20-%20Davis%20%20International%20Television%20Coproduction%20v7%20-%2012%20May%202010.pdf> [2013, 9 de agosto].
- De Bens, E., Kelly, M. y Bakke, M. (1992). Television Content: Dallasification of Culture?. En K. Siune y W. Truetzschler (Eds.). *Dynamics of Media Politics* (pp. 73-100). Londres: Sage.
- De Melo, J.M. (1988). *As telenovelas da Globo*. São Paulo: Summus Editorial.
- De Melo, J. M. (1992). Los programas televisados de ficción en Brasil: el caso de TV Globo. En P. Larsen (Ed.). *Importación/Exportación: Circulación Internacional de programas televisados de ficción*. UNESCO: Estudios y Documentos de comunicación de masas.
- De Smaele, H. (2009). The Enlarged Audio-Visual Europe: The Many Faces of Europeanization. En A. Charles (Ed.). *Media in the Enlarged Europe. Politics, Policy and Industry* (pp. 13-21). Bristol, Chicago, IL: Intellect.
- De Sola Pool, I. (1977). The Changing Flow of Television. *Journal of Communication*, 27(2), 139-49.
- Downey, J. y Mihelj S. (Eds.) (2012). *Central and Eastern European media in comparative perspective : politics, economy and culture*. Farnham, Surrey: Ashgate.
- Downing, J. (1996). *Internationalizing Media Theory. Transition, Power, Culture. Reflections on the Media in Russia, Poland and Hungary, 1980—1995*. Londres: Sage.

- Drăgan, I. (Coord.) (1993). *Comunicarea de masa si spatiul public în perioada de tranziție [Comunicación de masas y espacio público en el periodo de transición]*. Bucarest: Academia Romana. Institutul de Sociologie.
- Drăgan, I. (2001). *O tipologie posibilă a romanului popular apărut în secolul al XIX-lea în spațiul românesc [Una tipología posible de la novela popular aparecida en el siglo XIX en el espacio rumano]* [en línea]. Fragmento de la tesis doctoral *Romanul popular in Romania in secolul al XIX-lea [La novela popular en Rumania en el signo XIX]*. Manuscrito no publicado, Facultad de Letras, Universidad de Bucarest, Rumania.
- Disponibile en: http://www.respiro.org/Issue5/eseuri_dragan.htm [Consulta: 2012, 15 de julio]
- Drăgan, I. y Lafrance, J.P. (2011). Les transformations rapides et contradictoires des médias roumaines. En R. Tessier (Ed.). *La transition en Roumanie. Communications et qualité de la vie* (pp. 93-124). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Dragota, G. (2012). Construcciones de la de la identidad étnica en la narrativa de ficción televisiva rumana. *Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura*. 1(10), mayo, 464-478.
- Dragota, G. (2013). La producción de telenovelas en Europa del Este. En L. Vilches (Coord.). *Convergencia y transmedialidad: la ficción después de la TDT en Europa e Iberoamérica* (pp. 177-209). Barcelona: Gedisa.
- Duarte, L. G. (2001). *Due south: American television ventures into Latin America*. Tesis doctoral no publicada, Michigan State University.
- Eco, U. (1985). *Il Superuomo di massa*. Milán: Bompiani.
- Ellis, J. (2000). *Seeing Things. Television in the age of uncertainty*. Londres: IB Tauris.

Enciclopedia României (2008). *Televiziunea în România*.

Disponibile en: http://enciclopediaromaniei.ro/wiki/Televiziunea_în_România
[2013, 12 abril].

Engebrigtsen, A. (2009). *Exploring gypsiness: power, exchange and interdependence in a Transylvanian village*. Oxford; Nueva York: Berghahn Books.

Escudero Chauvel, L. (1997). El secreto como motor narrativo. En E. Verón y L. Escudero Chauvel (Comps.). *Telenovela: ficción popular y mutaciones culturales* (pp. 73-85). Barcelona: Gedisa.

Esser, A. (2002). The Transnationalization of European Television. *Journal of European Area Studies*, 10(1), 13-29.

Esser, A. (2009). Trends in Television Programming: Commercialization, Transnationalization, Convergence. En A. Charles (Ed.). *Media in the Enlarged Europe. Politics, Policy and Industry* (pp. 23-35). Bristol, Chicago, IL: Intellect.

Fachel Leal, O. (1986). *A Leitura Social da Novela das Oito*. Petrópolis: Vozes Ltda.

Featherstone, M. (Ed.) (1990). *Global Culture. Nationalism, Globalization and Modernity*. London, California.

Featherstone, M. y Lash S. (1995). Globalization, modernity and the spatialization of social theory: an introduction. En M. Featherstone, S. Lash y R. Robertson (Eds.). *Global modernities* (pp. 1-24). Thousand Oaks, CA: Sage.

Febbrajo, A. (2010). Legal Cultures in Transition: A System-theory Approach. En A. Febbrajo y W. Sadurski (Eds.). *Central and Eastern Europe After Transition: Towards a New Socio-Legal Semantics* (pp. 35-71). Farnham, Burlington, VT: Ashgate.

Fernández, C y Paxman A. (2000). *El Tigre: Emilio Azcárraga y su Imperio Televisa*. México D.F.: Grijalbo.

- Fleck, G. y Rughinis, C. (Eds.) (2008). *Vino mai aproape. Incluziunea si excluziunea romilor in societatea romaneasca de astazi* [Acércate. La inclusión y la exclusión de los gitanos en la sociedad rumana de hoy en día]. Bucarest: Human Dynamics.
- Flew, T. (2007). *Understanding global media*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Febbrajo, A. y Sadurski, W. (Eds.) (2010). *Central and Eastern Europe After Transition: Towards a New Socio-Legal Semantics*. Farnham, Burlington, VT: Ashgate.
- Frei-Vor, G. (1995). Los modelos de significado de la telenovela en la cultura televisiva alemana. En C. Peñamarín y P. López Díez (Coords.). *Los melodramas televisivos y la cultura sentimental* (pp. 93-115). Madrid: Instituto de investigaciones feministas de la Universidad Complutense de Madrid.
- Galperín, H. (1999). Cultural industries policy in regional trade agreements: The cases of NAFTA, the European Union and Mercosur. *Media, Culture and Society*, 21(5), 627-648.
- García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- García Canclini, N. (1997). Hybrid cultures and communication strategies. *Media Development*, 44(1), 22-29.
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures*. New York: Basic Books.
- Geraghty, C. (1995). La representación de la familia en los melodramas británicos y norteamericanos. En C. Peñamarín y P. López Díez (Coords.). *Los melodramas televisivos y la cultura sentimental* (pp. 81-92). Madrid: Instituto de investigaciones feministas de la Universidad Complutense de Madrid.

- Giddens, A. (1991). *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Gledhill, C. (1977). Genre and Gender: The Case of Soap Opera. En S. Hall (Ed.). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (pp. 337-386). Londres: Sage
- González, J. A. (Comp.) (1998). *La cofradía de las emociones interminables: miradas sobre telenovelas en México*. Guadalajara: Editorial Universidad de Guadalajara.
- González Rubín, B. (2008, octubre). *La telenovela como fenómeno social* [en línea]. Ponencia presentada en el Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, Monterrey, México. Disponible en: http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Telenovela/ponencias/GT22_4rubin.pdf [2013, 30 de junio]
- Gray, J. (1998). *False dawn: The delusions of global capitalism*. Londres: Granta Books.
- Gross, P. (1996). *Mass-media in Revolution and National Development, The Romanian Laboratory*. Ames: Iowa State University Press.
- Gross, P. (2002). *Entangled Evolutions. Media and Democratization in Eastern Europe*. Baltimore, Londres: The Johns Hopkins University Press.
- Guaderrama, M. (1995). La construcción social de la telenovela en la prensa española. En C. Peñamarín y P. López Díez (Coords.). *Los melodramas televisivos y la cultura sentimental* (pp. 139-155). Madrid: Instituto de investigaciones feministas de la Universidad Complutense de Madrid.
- Guerra, I. (2001). Telenovela y sociedad. En I. Guerra (Ed.). *Telenovela y Consumo Comercial en América Latina: Desde “El Derecho de Nacer” Hasta “Betty, la Fea”* (pp. 55-59). Caracas: Comala.com.

- Gutiérrez Espindola, J. L. (1988). La industrialización del Melodrama (Historia y estructura de la telenovela mexicana). En D.R. Trejo (Coord.). *Las redes de TELEvisa* (pp. 75-125). México: Claves Latinoamericanas.
- Hall, R. A., y O'Neil, P. H. (1998). Institutions, Transitions, and the Media: A Comparison of Hungary and Romania. En P. H. O'Neil (Ed.). *Communicating Democracy: The Media and Political Transitions* (pp. 125-145). Boulder: Lynne Rienner Publishers.
- Hall, S. (1997). The Centrality of Culture: Notes on the Cultural Revolutions of Our Time. En K. Thompson (Ed.). *Media and Cultural Regulation* (pp. 208-238). Londres: Sage.
- Hallin, D. y Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hamelink, C.J. (1983). *Cultural anatomy in global communications*. Nueva York: Longman.
- Hannerz, U. (1996). *Transnational connections: Culture, people, places*. Londres: Routledge.
- Herman, E. S. y McChesney, R. (1997). *The Global Media*. London: Cassell.
- Hernández, E. (2007). Joaquín Guerrero-Casasola vive una aventura de telenovela en Serbia [en línea]. *L'H Confidencial*, L'Hospitalet: "Club de Lectura de la Novela Negra" de la Biblioteca la Bòbila, 2-4, Disponible en: <http://www.l-h.cat/utills/obreFitxer.aspx?Fw9EVw48XS5WsN7WpAZ9m2LTrIHwXxuNqazC%20vqcTMqdlbEqazB> [2013, 28 de octubre]
- Hernandez, O. (2001). *Global Telenovelas: Latin American Cultural Products in the Age of Globalization*. Tesis de Máster, no publicada. University of Texas, Austin.

- Hesmondhalgh, D. (2013). *The Cultural Industries*. London: Sage.
- Hewett, E.H. y Winston, V.H. (Eds.) (1991). *Milestones in Glasnost and Perestroika: Politics and People*. Washington D.C.: Brookings Institution Press.
- Heylen, R. (1994). *Translation poetics and the stage: Six French Hamlets*. Londres: Routledge.
- Hilmes, M. (2012). *Network Nations. A Transnational History of British and American Broadcasting*. Londres, Nueva York: Routledge.
- Horkhemeier, M. y Adorno, T. (2002). *Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments*. (Trad. E. Jephcott). Stanford: Stanford University Press (Original en alemán. *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*. Amsterdam: Querido Verlag N.V. 1947).
- Hoskins, C. y McFayden, S. (1991). The U.S. Competitive advantage in the global television market: Is it sustainable in the new broadcasting environment?. *Canadian Journal of Communication*, 16, 207-224.
- Hoskins, C., McFayden, S. y Finn, A. (1998). *Global Television and Film: An Introduction to the Economics of the Business*. Nueva York: Oxford University Press.
- Hoskins, C. y Mirus, R. (1988). Reasons for the U.S. dominance of the international trade in television programs. *Media, Culture & Society*, 10, 499-515.
- Hoskins, C., Mirus, R. y Rozeboom, W. (1989). U.S. television programs in the international market: Unfair pricing?. *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 55-75.
- Hubka, D. (2002). Globalization of cultural production. En D. Crane, N. Kawashima, y K. Kawasaki (Eds.). *Global Culture. Media, Arts, Policy, and Globalization*. Londres (pp. 233-255). Nueva York: Routledge.

- Ionescu, M. y Cace, S. (2006). *Politici publice pentru romi. Evoluții și perspective [Políticas públicas para los roma. Evolución y perspectivas]*. Bucarest: Expert.
- Iwabuchi, K. (2002). *Recentering globaliation: Popular culture and Japanese transnationalism*. Durham, NC: Duke University Press.
- Iwabuchi, K. (2004). Feeling Glocal: Japan in the Global Television Format Business”. En Moran, A. y M. Keane (Eds.). *Television across Asia: Television Industries, Programme Formats and Globalization* (pp. 21-35). Londres: Routledge.
- Jakubowicz, K. (2007). *Rude Awakening. Social and Media Change in Central and Eastern Europe*. Cresskill: Hampton Press.
- Jakubowicz, K. y Sükösd, M. (2008). Twelve Concepts Regarding Media System Evolution and Democratization in Post-Communist Societies. En K. Jakubowicz y M. Sükösd (Eds.). *Finding the Right Place on the Map: Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective* (pp. 9-49). Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Jenkins, B. (2005, 19 de septiembre). Bill Peck: significant development of local production. *Diskop Link* [en línea].
 Disponible en:
http://www.discop.com/uploaded/file/DISCOP_LINK/DL_01_Sep.pdf
 [Consulta: 2013, 13 de noviembre]
- Jucan, M. (2004). Trasaturi ale tranzitiei culturale romanesti. Observatii privind reconstructia societatii civile si existenta unui model cultural identitar [Features of the Romanian Cultural Transition. Notes Concerning the Reconstruction of the Civil Society and the Existence of an Identity Cultural Model]. *Journal for the Study of Religions and Ideologies (JSRI)*, 9, 4-17.
- Katzman, N. (1972). Television Soap Operas: What's Been Going on Anyway?. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 200-212.

- Keane, M. y Moran, A. (2005). (Re)presenting Local Content: Programme Adaptation in Asia and the Pacific. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*. 116, 1-11.
- Kishan Thussu, D. (Ed.) (2007). *Media on the Move: Global flow and contra-flow*. Nueva York: Routledge.
- Kishan Thussu, D. (2007). Mapping global media flow and conta-flow. En D. Kishan Thussu (Ed.). *Media on the Move: Global flow and contra-flow* (pp. 10-29). Nueva York: Routledge.
- Khondker, H. H. (2004, julio). Glocalization as Globalization: Evolution of a Sociological Concept. *Bangladesh e-Journal of Sociology* [en línea], 1(2), Disponible en: http://mukto-mona.net/Articles/habibul_haque/Globalization.pdf [2013, 19 de junio]
- Kogej, T. (2002, septiembre). Eslovenia ama las telenovelas. *TV Mas Magazine* [en línea]. Disponible en: <http://www.tvmasmagazine.com/tvmasmagazine/septiembre2002/portada4.html> [2012, 25 de junio]
- Kogej, T. (2003, enero). En Eslovenia POP TV compra y produce telenovelas. *TV Mas Magazine* [en línea]. Disponible en: http://www.tvmasmagazine.com/paginas_edicionActual/telenovelas/enero2003/portada4.html [2012, 27 de junio]
- Kraidy, M. (1999). The local, the global and the hybrid: A native ethnography of glocalization. *Critical Studies in Media Communications*, 16(4), 456-477.
- Kraidy, M. (2005). *Hybridity, Or the Cultural Logic of Globalization*. Philadelphia, PA: Temple University Press.
- La Pastina, A. (2001). Product placement in Brazilian prime-time television: The case of a telenovela reception. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45,

541-557.

- La Pastina, A. y Straubhaar, J. (2005). Multiple Proximities between Television Genres and Audiences: The Schism between Telenovelas' Global Distribution and Local Consumption. *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 67(3), 271-288.
- Larsen, P. (1992). Importación/exportación: Circulación internacional de programas televisados de ficción, *Estudios y documentos de comunicación de masas* [en línea]. N°. 104, París: UNESCO. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001342/134288so.pdf> [2012, 20 de julio]
- Lee, F. (2006). Cultural Discount and Cross-culture Predictability: Examining the Box Office Performance of American Movies in Hong Kong. *Journal of Media Economics*, 19(4), 259-278.
- Lee, S. (2007). A longitudinal analysis of foreign program imports on South Korean television, 1978-2002: A case of rising indigenous capacity in program supply. *Journal of broadcasting & electronic media*, 51(1), 172-187.
- Linz, J. y Stepan, A. (1996). *Problems of Democratic Transition and Consolidation*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- López, A. (1991). The Melodrama in Latin America: Films, Telenovelas and the Currency of Popular Form. En M. Landy (Ed.). *Imitations of Life* (pp. 596-606). Detroit: Wayne State University Press.
- López, A. M. (1995). Our Welcomed Guests: Telenovelas in Latin America. En R. C. Allen (Ed.). *Speaking of Soap Operas* (pp. 256-276). Chapel Hill, Londres: University of North Carolina Press.
- López-Pumarejo, T. (1987). *Aproximación a la telenovela: Dallas, Dynasty, Falcon Crest*. Madrid: Cátedra.
- Lull, J. (2001). *Culture in the Communication Age*. London: Routledge.

- Lupu, A. (2010, 17 de septiembre). “Narcisa salbatica” i-a cucerit pe toti eroii din distributie [“Narcisa la salvaje” ha conquistado a todos los héroes del reparto] [en línea]. *Evz.ro*. Disponible en: <http://www.evz.ro/detalii/stiri/narcisa-salbatica-i-a-cucerit-pe-toti-actorii-din-distributie-906188.html> [2014, 21 de febrero].
- Martel, F. (2012). *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*. (Trad. N. Petit Fontserè) Madrid: Santillana Ediciones Generales, S.L. (Original en francés. *Mainstream. Enquête sur cette culture qui plaît à tout le monde*. Paris: Flammarion. 2010).
- Martín, B., Scheuer, A. y Bron, C. (2011). *The Media in South-East Europe: A Comparative Media Law and Policy Study* [en línea]. Berlin: Friedrich Ebert Foundation. Disponible en: <http://www.fes.bg/files/custom/library/2011/The%20Media%20in%20South-East%20Europe.pdf> [2013, 5 de septiembre].
- Martín-Barbero, J. (1993). La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana. En N. Mazziotti (Ed.). *El espectáculo de la pasión: La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana* (pp. 43-62). Buenos Aires: Colihue.
- Martín-Barbero, J. (1995a). Matrices culturales de la telenovela. En C. Peñamarín y P. López Díez (Coords.). *Los melodramas televisivos y la cultura sentimental* (pp. 21-40). Madrid: Instituto de investigaciones feministas de la Universidad Complutense de Madrid.
- Martín-Barbero, J. (1995b). Telenovela: melodrama e identidad. De la telenovela en Colombia a la telenovela colombiana. En C. Peñamarín y P. López Díez (Coords.). *Los melodramas televisivos y la cultura sentimental* (pp. 117-125). Madrid: Instituto de investigaciones feministas de la Universidad Complutense de Madrid.

- Martín-Barbero, J. (1995c). Memory and form in the Latin American soap opera. En R.C. Allen (Ed.). *To be continued...: soap operas around the world* (pp. 276-284). Londres, Nueva York: Routledge.
- Martín-Barbero, J. y Rey, G. (1999). *Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona: Gedisa.
- Martín-Barbero, J. (2002, abril). *La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana* [en línea]. Ponencia presentada en Colloque International “Globalisme et Pluralisme”, Montreal, Canadá.
Disponible en: <http://www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/bogues/Barbero.pdf> [2013, 15 de febrero].
- Martín-Barbero, J. y S. Muñoz (Coords.) (1992). *Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Martín Criado, E. (2009). Habitus [en línea]. En R. Reyes (Dir.): *Diccionario Crítico de Ciencias Sociales. Terminología Científico-Social* [en línea]. (Vols. 1-4), Madrid-México: Plaza y Valdés. Disponible en: <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/H/index.html> [2014, 1 de julio].
- Martínez, I. (2005.). Romancing the Globe. *Foreign Policy*, Nº. 151, noviembre-diciembre, 48-56.
- Mattelart, M. y A. (1988). *El Carnaval de las imágenes: ficción brasileña*. (Trad. Madrid: Akal (Original en francés. *Le carnaval des images: la fiction brésilienne*. Paris: Institut national de la communication audiovisuelle. 1987).
- Mattelart, A. (1977). *Multinacionales y sistemas de comunicación. Los aparatos ideológicos del imperialismo*. (Trad. T. Mercado). México, D.F.: Siglo XXI (Original en francés. *Multinationales et systèmes de communication. Les appareils idéologiques de l'impérialisme*. París: Anthropos. 1976).

- Mattelart, A. (1978). The nature of communications practice in a dependent society. (Trad. D. Polan). *Latin American Perspectives*, 5(1), 13–34.
- Mato, D. (2001, septiembre). *Transnacionalización de la Industria de la Telenovela, Referencias Territoriales, y Producción de Mercados y Representaciones de Identidades Transnacionales* [en línea]. Ponencia presentada en el XXIII International Congress of the Latin American Studies Association (LASA), Washington DC, Estados Unidos.
Disponible en: <http://lasa.international.pitt.edu/Lasa2001/MatoDaniel.pdf> [2012, 20 de julio]
- Mazziotti, N. (1996). *La industria de la telenovela. La producción de ficción en América latina*. Buenos Aires: Paídos.
- Mazziotti, N. (2006, mayo). “La expansión de la telenovela”. *Contratexto*, 4.
<http://www1.ulima.edu.pe/revistas/contratexto/v4/art7.htm> [Consulta: 30 junio 2013]
- Mazziotti, N. y Borda L. (1997). Telenovelas argentinas: Andrea del Boca en los 90. En E. Verón y L. Escudero Chauvel (Comps.). *Telenovela: ficción popular y mutaciones culturales* (pp. 142-153). Barcelona: Ed. Gedisa.
- McChesney, R. W. (1999). *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press.
- McQuail, D. (1995). Western European media. The mixed model under threate. En Downing, J., Mohammadi, A. y Sreberny, A. (Eds.). *Questioning the media. A critical introduction* (pp. 125-137). London: Sage.
- McMillin, D. (2007). *International Media Studies*. Malden: Blackwell.
- Mihelj, S. y Downey, J. (2012). Comparing Media Systems in Central and Eastern Europe: Politics, Economy, Culture. En J. Downey y S. Mihelj (Eds.). *Central*

and Eastern European media in comparative perspective : politics, economy and culture (pp. 1-13). Farnham: Ashgate.

Milosavljevic, M. y Vorbic, I. (2010, 5 de noviembre). Media landscape : Slovenia. *European Journalism Centre* [en línea].

Disponible en: http://www.ejc.net/media_landscape/article/slovenia/ [2012, 13 de septiembre]

Moran, A. (2004). Television formats in the world/the world of television formats. En A., Moran y M. Keane. (Eds.). *Television across Asia: Television industries, programme formats, and globalization* (pp. 1-8). London: RoutledgeCurzon.

Moran, A. (2009a). Global franchising, local customizing: The cultural economy of TV program formats. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 23(2), 115–125.

Moran, A. (2009b). *New flows in Global TV*. Bristol; Chicago IL: Intellect.

Moran, A. (2009c). *TV Formats Worldwide: localizing global programs*. Bristol, Chicago, IL: Intellect.

Moran, A. y Keane, M. (Eds.) (2009). Cultural adaptation. *Continuum: Journal of Media and Cultural Studies*, 23(3), 107-114.

Moran, A. y Malbon, J. (2006). *Understanding the global TV format*. Bristol, Portland, OR.: Intellect.

Moraña, O. (1978). Para una aproximación semiológica a la telenovela. *Video Forum*, Academia Nacional de Ciencias y Artes del Cine y la Televisión, Caracas, 1-5, 12-28.

Moreau, A. (1991). *Développer des programmes télévisuels en Europe: La violence ou l'harmonie*. Paris : Caméras continentales.

- Mungiu-Pippidi, A. (2008). How Media and Politics Shape Each Other in the New Europe. En K. Jakubowicz, y M. Sükösd. *Finding the Right Place on the Map: Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective* (pp. 87-100). Bristol, Chicago, IL: Intellect.
- Murgescu, B. (2010). *România și Europa. Acumularea decalajelor economice (1500 – 2010 [Rumania y Europa. La acumulación de los desajustes económicos]*. Iasi: Editura Polirom.
- Muriel, C. y Pingree, S. (1983). *The soap opera*. Londres, Nueva Delhi: Sage.
- Mustață, D. (2012). Television in the Age of (Post) Communism: The Case of Romania. *Journal of Popular Film and Television*, 40 (3), 131-140.
- Neale, S. (1980). *Genre*. Londres: British Film Institute.
- Nederveen Pieterse, J. (1995). Globalization as hybridization. En M. Featherstone, S. Lash y R. Robertson (Eds.). *Global Modernities* (pp. 45-66). London: Sage.
- Nederveen Pieterse, J. (2004a). *Globalization and Culture: Global Mélange*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers.
- Nederveen Pieterse, J. (2004b). *Globalization or Empire?*. Londres: Routledge.
- Nicolau, V. (2009). *TVR, marire și decadenta: televiziunea publică în România și modelele europene, [TVR entre supremacía y decadencia: la televisión pública en Rumania y modelos europeos]*. București: Nemira.
- Nordenstreng, K. y Varis, T. (1974). Television traffic, a one way Street? A survey and analysis of the international flow of television programme material. *Reports and Papers on Mass Communication*, 70, Paris: UNESCO.
- Obregon, R. (1995). *Telenovelas: An Exploration of Genre Proximity in International Television*. University Park, PA: Penn State University.

- O'Donnell, H. (1998). *Good times, bad times: soap operas and society in Western Europe*. Londres: Leicester University Press.
- Olgiati, V. (2010). Multiple Transitions to the EU Constitutional Project: The Case of Eastern European Legal Professions. En A. Febbrajo y W. Sadurski (Eds.). *Central and Eastern Europe After Transition: Towards a New Socio-Legal Semantics* (pp. 277-306). Farnham, Burlington, VT : Ashgate.
- Oliveira, O. (1993). Brazilian soaps outshine Hollywood: Is cultural imperialism fading out?. En K. Nordenstreng y H. Schiller (Eds.). *Beyond national sovereignty: International Communication in the 1990s* (pp. 116-131). Norwood, NJ: Ablex.
- Open Society Institute (2005). *Televiziunea in Europa: reglementari, politici si independenta, Romania – Raport de monitorizare [La Televisión en Europa: reglamentaciones, políticas e independencia, Rumania – Informe de seguimiento]*. Budapesta: AMM Design.
- Oren, T. y O. Shahaf (Eds.) (2012). *Global television formats : understanding television across borders*. Nueva York: Routledge.
- Ortiz, R., Ortiz Ramos, J.M. y Simões Borelli, S.H. (1989). *Telenovela: historia e produção*. São Paolo: Brasiliense.
- Palacio, M. (2006). Cincuenta años de televisión en España. *Medios de comunicación Tendencias* [en línea], 315-319. Disponible en: <http://www.infoamerica.org/TENDENCIAS/tendencias06/pdfs/21.pdf> [2013, 31 de julio]
- Páramo Ricoy, T. (2000). Globalización, televisión y telenovelas: la experiencia mexicana. *Polis*, 1(00), 193-222.
- Părean, M. O. (2012). Energy Crisis in Communist Romania. *The Annals of the University of Oradea*. Tomo XXI (2), diciembre, 271-276.

- Peruško, Z. y Popović, H. (2008). Media Concentration Trends in Central and Eastern Europe. En K. Jakubowicz, y M. Sükösd, *Finding the Right Place on the Map: Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective* (pp. 165-189). Bristol, Chicago: Intellect.
- Petcu, M. (2006, 5 de agosto). Strategii de promovare utilizate de presa româna la 1906. [Estrategias de promoción utilizadas por la prensa rumana en 1906]. *Adplayers* [en línea]. Disponible en: <http://www.adplayers.ro/articol/Opinii-10/Strategii-de-promovare-utilizate-de-presa-rom-na-la-1906-806.html> [2011, 13 de julio]
- Petrescu, R. (2008, 1 de noviembre). Teatrul radiofonic, blockbusterul comunist [El teatro radiofónico, el éxito comunista]. *Evenimentul Zilei* [en línea]. Disponible en: <http://www.evz.ro/detalii/stiri/teatrul-radiofonic-blockbusterul-comunist-826735.html> [2011, 9 de julio]
- Plasser, F., Ulram, P. A. y Waldrauch, H. (1998). *Democratic Consolidation in East Central Europe*. Londres: MacMillan Press Ltd.
- Pozzato, M. (1995). El “rosa” como función antropológica y como género multimedia. En C. Peñamarín y P. López Díez (Coords.). *Los melodramas televisivos y la cultura sentimental* (pp. 41-49). Madrid: Instituto de investigaciones feministas de la Universidad Complutense de Madrid.
- Puppo, F. (1997). La pantalla: espejo del alma. En E. Verón y L. Escudero Chauvel (Comps.). *Telenovela: ficción popular y mutaciones culturales* (pp. 113-120). Barcelona: Gedisa.
- Quiñones, S. (1998). Telenovelas: Sexy Soaps Reflect a Changing Mexico. *US/Mexico Business*, diciembre, 41-45.

- Quiroz, M.T. (1993). La Telenovela peruana: antecedentes y situación actual. En: N. Mazziotti (Comp.). *El Espectáculo de la pasión* (pp. 111-132). Buenos Aires: Colihue.
- Quispe-Agnoli, R. (2009, enero). La telenovela latinoamericana frente a la globalización: roles genéricos, estereotipos y mercado. *La mirada de Telemo. Revista de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Perú* [en línea]. Disponible en: <http://pergamo.pucp.edu.pe/lamiradadetelemo/node/25> [2013, 24 de abril]
- Rad, I. (2002). *The Intrusion of the Political Factor in the Programs of the Romanian Television Before and After the 1989 Revolution*. Frankfurt: Europa Universität Viadrina.
- Rama, A. (1984). *Transculturación narrativa en América Latina*. México: Siglo XXI.
- Rantanen, T. (2001). The Old and the New : Communications Technology and Globalization in Russia. *New Media & Society*, 3 (1), 85-105.
- Real Academia Española (2001). *Diccionario de la lengua española* (22a. ed.). Madrid: Espasa-Calpe.
- Rector, M. y A. Ramos Trinta (1981). Semiología de la telenovela. *Diógenes*, 113-114, 193-202.
- Richieri, G. (1994). *La transición de la televisión*. Barcelona: Bosch Casa Editorial S.A.
- Ringold, D., Orenstein, M. y Wilkens, E. (2005). *Roma in an Expanding Europe*. Washington D.C.: The World Bank.
- Robertson, R. (1990). Mapping the global condition: globalization as the central concept. En M. Featherstone (Ed.). *Global Culture* (pp. 15-30). Londres: Sage.
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London: Sage.

- Robertson, R. (1995). Glocalization: Time-space and Homogeneity- heterogeneity. En M. Featherstone, S. Lash y R. Robertson (Eds.). *Global Modernities* (pp. 25-44). Londres: Sage.
- Rouse, R. (1995). Thinking Through Transnationalism: Notes on the Cultural Politics of Class Relations in the Contemporary United States. *Public Culture*, 7(2), 353-402.
- Said, E. (1979). *Orientalism*. New York: Routledge.
- Rowe, W. y Schelling, V. (1991). Memory and modernity: popular culture in Latin America. Londres: Verso.
- Salazar, H. (2006, septiembre). Habla el autor de Betty la fea. *BBC Mundo* [en línea]. Bogotá. Disponible en: http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/misc/newsid_5384000/5384250.stm [2013, 4 de junio].
- Salgueiro, R. (2004, septiembre). Europa del Este en romance con la telenovela latinoamericana. *Revista Latinoamericana de Comunicación – Chasqui* [en línea], 87. Disponible en: <http://chasqui.comunica.org/content/view/83/58/> [2013, 23 enero].
- Sánchez, J. (1996). La caída de la URSS y la difícil recomposición del espacio ex-soviético. *Papeles de Geografía*, 23-24, 283-298.
- Sarmiento Vázquez, C., *Realidad y ficción en la novela: la ficcionalidad* [en línea]. Disponible en: <http://www.filosofiayliteratura.org/filosofiayliteratura.org/criticaliteraria.htm> [2013, 26 de julio].
- Sava, I. N. (2000). *Zece ani de tranzitie în Europa de Est: (1990-2000) [Diez años de transición en Europa del Este: (1990-2000)]*. Bucarest: Editura Fundatiei Culturale Române.

- Scarlat, A. (2006, 31 de octubre). *O alta istorie recenta, arhiva Radiodifuziunii [Otra historia reciente, el archivo de la Radiodifusión]*, [en línea].
 Disponible en: <http://jurnalul.ro/special-jurnalul/o-alta-istorie-recenta-arhiva-radiodifuziunii-9019.html> [2013, 23 de julio].
- Schatz, T. (1981). *Hollywood Genres: Formulas, Filmmaking, and The Studio System*. Philadelphia: Temple University Press.
- Schement, J. R. y Rogers, E. M. (1984). Media Flows in Latin America. *Communication Research*, 11(2), 305-320.
- Schiller, H. (1971). *Mass communication and American empire*. Boston: Beacon Press.
- Simões Borelli, S. H. (1997). Los géneros ficcionales en las telenovelas brasileñas. En E. Verón y L. Escudero Chauvel (Comps.). *Telenovela: ficción popular y mutaciones culturales* (pp. 169-177). Barcelona: Gedisa.
- Sincan, D. (1996). *Scripta manent*. Bucarest: Ed. TVR, Directia de Logistica si Memorie.
- Sinclair, J. (1999). *Latin American Television: A Global View*. Oxford: Oxford University Press.
- Sinclair, J., Jacka, E. y Cunningham, S. (Eds.) (1996). *New Patterns in Global Television*. Oxford: Oxford University Press.
- Sinclair, J., Jacka, E. y Cunningham, S. (1996). Peripheral visión. En J. Sinclair, E. Jacka y S. Cunningham (Eds.). *New Patterns in Global Television* (pp. 1-15). New York: Oxford University Press.
- Sinclair, J. (1999) *Non plus ultra: Latin Geolinguistic Markets at their Limits*. En J. Sinclair. *Latin American Television* (pp. 147-173). Oxford: Oxford University Press.

- Singhal, A. y Svenkerud, P. (1994). Pro-Socially Shareable Entertainment Television Programs: A Programming Alternative In Developing Countries. *The Journal of Development Communication*, 5, 17-30.
- Singhal, A. y Udornpim, K. (1997). Cultural shareability, archetypes, and television soaps: 'Oshindrome' in Thailand. *Gazette*, 59(3), 171-188.
- Slade, C. (2012). Telenovelas and Soap Operas: Negotiating Reality from the Periphery. En I. Stavans (Ed.). *Telenovelas* (pp. 51-60). Santa Barbara, CA: Greenwood.
- Sorrosa, R. (2001, septiembre). Europa del Este: Adicción a la telenovela latinoamericana. *Revista Latinoamericana de Comunicación – Chasqui*, [en línea], N°. 74. Disponible en: <http://chasqui.comunica.org/sorrosa74.htm> [2012, 20 de julio].
- Sowell, T. (1994). *Race and Culture: A World View*. Nueva York: Basic Books.
- Sparks, C. y Reading, A. (1998). *Communism, Capitalism, and the Mass Media*. Londres: Sage.
- Sparks, C. (2008). After Transition: the Media in Poland, Russia and China. En K. Jakubowicz y M. Sükösd (Eds.). *Finding the Right Place on the Map: Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective* (pp. 43-71). Bristol, Chicago: Intellect.
- Splichal, S. (1994). *Media Beyond Socialism. Theory and Practice in Central Europe*. Boulder, Colorado: Westview Press.
- Sreberny, A. (1997). The many cultural faces of imperialism. En P. Golding y P. Harris (Eds.). *Beyond Cultural Imperialism* (pp. 49-68). Londres: Sage.

- Stan, L. (2003). Living la Vida Loca: Telenovelas and post-communist transition. *Sfera Politicii*, 105, 50-54.
- Stan, L. (2013). *Transitional Justice in Post-Communist Romania: The Politics of Memory*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Stanic, D. (2006, 27 de marzo). More than 200 hours produced by AVA production. *Discop Link*, [en línea]. Disponible en:
http://www.discop.com/uploaded/file/DISCOP_LINK/DL_03_March.pdf
 [2013, 14 de noviembre].
- Stavre, L. (2006). *Curs de comunicare audiovizuala [Curso de comunicación audiovisual]*. Bucarest: SNSPE Școala Națională de Studii Politice și Administrative.
- Stavre, L. (2004). *Reconstructia societatii romanesti prin audiovisual [La reconstrucción de la sociedad rumana a través del audiovisual]*. Bucarest: Ed. Nemira.
- Steinberg, O. (1997). Estilo contemporáneo y desarticulación narrativa. Nuevos presentes, nuevos pasados de la telenovela. En E. Verón y L. Escudero Chauvel (Comps.). *Telenovela: ficción popular y mutaciones culturales* (pp. 17-28). Barcelona: Gedisa.
- Štětka, V. (2012a). Back to the Local? Transnational Media Flows and Audience Consumption Patterns in Central and Eastern Europe. En J. Downey y S. Mihelj (Eds.). *Central and Eastern European media in comparative perspective : politics, economy and culture* (pp. 157-188). Farnham: Ashgate.
- Štětka, V. (2012b). From Global to (G)local: Changing Patterns of Television Program Flows and Audience Preferences in Central and Eastern Europe. *Journal of Popular Film and Television*, 40 (3), 109-118.
- Stewart, M. (1997). *The Time of the Gypsies*. Boulder: Westview Press.

- Straubhaar, J. D. (1981). *The transformation of cultural dependency: The decline of American influence on the Brazilian television industry*. Tesis doctoral no publicada, Fletcher School of Law and Diplomacy, Tufts University.
- Straubhaar, J. D. (1984). The decline of American influence on Brazilian television. *Communication Research*, 11(2), 221-240.
- Straubhaar, J. D. (1991). Beyond media imperialism: Assymetrical interdependence and cultural proximity. *Critical Studies in Mass Communication*, 8, 39-59.
- Straubhaar, J. D. (1997). Distinguishing the global, regional and national levels of world television. En A. Sreberny, D. Winseck, J. McKenna y O. Boyd-Barrett (Eds.). *Media in Global Context: A Reader* (pp. 286-298). Oxford: Oxford University Press.
- Straubhaar, J. D. (2007). *World Television: From Global to Local*. Los Angeles; Londres: Sage.
- Straubhaar, J. D. y Viscasillas, G. (1991). Class, genre and the regionalization of the television market in Latin America. *Journal of Communication*, 41(1), 53-69.
- Tchouaffe, O. (2002). *Watching Marimar from Cameroon: Telenovelas and "parallel modernities" in Cameroon*. Manuscrito no publicado, University of Texas, Austin, Estados Unidos.
- Trinta, A. (1997). Telenovelas y docudramas. Realidad y ficción. En E. Verón y L. Escudero Chauvel (Comps.). *Telenovela: ficción popular y mutaciones culturales* (pp. 107-112). Barcelona: Gedisa.
- Tronaru, D. (2008, 17 de noviembre). *Sclava Isaura revine la TVR 1 după 16 ani [La esclava Isaura vuelve a TVR1 después de 16 años]*, [en línea]. Disponible en: <http://www.evz.ro/detalii/stiri/sclava-isaura-revine-la-tvr-1-dupa-16-ani-828607.html> [2013, 16 de agosto].

- Tufte, T. (2000). *Living with the Rubbish Queen: Telenovelas, Culture and Modernity in Brasil*. Luton: Unniversity of Luton Press.
- Tulloch, S. (Comp.) (1991). *The Oxford Dictionary of New Words: A Popular Guide to Words in the News*. Oxford: Oxford University Press.
- Tunstall, J. (2008). *The Media Were American: US Mass Media in decline*. New York, Oxford: Oxford University Press.
- Uribe Díaz, M. (1980). *Así se escribe una telenovela, o, Una producción de largometraje para el cine o la televisión*. Colombia.
- Varis, T. (1984). The International Flow of Television Programs. *Journal of Communication*, 34(1), marzo, 143-152.
- Varis, T. (1986). Patterns of Television Program Flow in International Relations. En J. Becker, G. Hedebro y L. Paldan (Eds.). *Communication and Domination: Essays to Honor Herbert I* (pp. 55-65). New York: Ablex Publishing Corporation.
- Vataman, A. (2010, 20 de septiembre). “*Narcisa sălbatică*” luptă pentru rating cu “*Iubire și onoare*” [“*Narcisa la salvaje*” lucha por las cuotas de audiencia con “*El honor de amar*”], [en línea]. Disponible en: <http://www.evz.ro/detalii/stiri/narcisa-salbatica-lupta-pentru-rating-cu-iubire-si-onoare-906430/pagina-articol/1.html#ixzz2tXVIQweq> [2014, 17 de febrero].
- Ventura, A., Álvarez, P. y Cañizares, P. (2013). BEAMS: “Rompiendo actitudes europeas sobre estereotipos de minorías”, [en línea]. Disponible en: http://www.accem.es/ficheros/documentos/pdf_noticias/2014_pdf/Igualdad%20y%20No%20Discriminación/Investigación_BEAMS.pdf [2014, 4 de febrero]
- Verón, E. (1978). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.

- Verón, E. y L. Escudero Chauvel (Comps.) (1997). *Telenovela: ficción popular y mutaciones culturales*. Barcelona: Ed. Gedisa.
- Vilches, L. (1997). La fuerza de los sentimientos. En E. Verón y L. Escudero Chauvel (Comps.). *Telenovela: ficción popular y mutaciones culturales* (pp. 51-62). Barcelona: Gedisa.
- Vilches, L. (2007). Cultura y ficción televisiva iberoamericana. En E. Carrasco Pirard y N. Rampaphorn (Eds.). *Cultura y televisión; una relación posible* (pp. 13-24). Santiago: Lom Ediciones; Consejo Nacional de la cultura y las artes.
- Vilches, L. (Coord). (2007). *Culturas y mercados de la ficción televisiva en Iberoamérica. Anuario Obitel 2007*. Barcelona: Gedisa.
- Vilches, L. (Coord). (2008). *Mercados globales, historias nacionales. Anuario Obitel 2008*. Barcelona: Gedisa.
- Vilches, L. (Coord). (2013). *Convergencia y transmedialidad: la ficción después de la TDT en Europa e Iberoamérica*. Barcelona: Gedisa.
- Villareal, F. (Coord.) (2008). Los roma/gitanos en Rumania. (Trad. D. Ruiz). *El Globo* [en línea], N° 10, 33-52,
Disponible en: http://www.gitanos.org/upload/05/37/45_46Dossier.pdf [2012, 10 de enero].
- Vodnik, P. (1986). Les *novelas* Font pleurer la Pologne. *Libération*, 19 de marzo.
- Vujnovic, M. (2008). The political economy of Croatian television: Exploring the impact of Latin American telenovelas. *Communications*, 33 (4), 431–454.
- Waisbord, S. (2004). McTV: Understanding the Global Popularity of Television Formats. *Television and New Media*, 5(2), 359-383.
- Waisbord, S. y Jalfin, S. (2009). Imagining the National: Television Gatekeepers and

- the Adaptation of Global Franchises in Argentina. En A. Moran. (Ed.). *TV Formats Worldwide: Localizing Global Programs* (pp. 55-74). Bristol, Chicago, IL: Intellect.
- Warshow, R. (1974). *Movie Chronicle: The Westerner*. En R. Warshow. *The immediate experience* (pp. 135-154). Garden City, N.Y.: Doubleday.
- Waterman, D. y Rogers, E. M. (1994). The economics and television program production and trade in Far East Asia. *Journal of Communication*, 44(3), 89-111.
- Wells (1972). *Picture-tube imperialism? The impact of U.S. television on Latin America*. Maryknoll, NY: Orbis Books.
- Wildman, S. y Siwek, S. (1988). *International trade in films and television programs*. Cambridge, MA: Ballinger.
- Wilkinson, K. (1995). *Where culture, language and communication converge: The Latin-American cultural linguistic market*. Tesis doctoral no publicada. University of Austin, Texas, Estados Unidos.
- Wilkinson, K. (2003). Language Difference in the Telenovela Trade. *Global Media Journal* [en línea], 2(2). Disponible en:
<http://lass.purduecal.edu/cca/gmj/sp03/gmj-sp03-wilkinson.htm> [2013, 19 de septiembre]
- Zub, A. (1998). *Discurs istoric si tranzitie : în cautarea unei paradigme [Discurso histórico y transición: en búsqueda de un paradigma]*. Iasi: Institutul European.

Traducciones

Introducción [versión en español]

Antecedentes y justificación

Desde los años 80 del siglo XX, la circulación transnacional de productos televisivos de ficción ha sido uno de los fenómenos más destacados, impulsados por la globalización cultural. Las telenovelas latinoamericanas, como expresión de un género arraigado en la cultura latinoamericana, y los *soap operas*, que se pueden considerar una forma de expresión audiovisual de la sociedad norteamericana, han conquistado nuevos mercados por varias razones, inherentes a ese contexto globalizador. Además del desarrollo de las nuevas tecnologías, se pueden nombrar también el surgimiento de la televisión por satélite y por cable, o la desregulación de las cadenas públicas en Europa, que facilitan la aparición de nuevos canales comerciales de televisión.

En el contexto de la apertura favorecida por la caída de los regímenes comunistas en los países de Europa Central y del Este, y como consecuencia de dichos procesos, las telenovelas y los *soap operas* han llegado a los países de Europa Central y del Este, donde han gozado de un éxito inesperado, volviéndose parte de la vida cotidiana de sus pueblos que estaban saliendo de los regímenes comunistas. Respondiendo a motivos principalmente económicos, la telenovela se ha introducido en países donde nunca se habían emitido programas similares. Debido a que este tipo de productos culturales tienden a tener audiencias leales y estables, éstos se han consolidado, en muchos casos, como parte de la programación televisiva, llegando incluso a ver nacer canales específicos consagrados, mayoritariamente, a su transmisión.

De acuerdo con estas consideraciones, en la presente tesis nos centraremos en uno de los mercados donde la telenovela ha tenido un éxito considerable: los países de Europa Central y del Este, para ofrecer un contexto general al caso de Rumania, en el que nos enfocaremos en particular. Debido al éxito de las telenovelas latinoamericanas, estos países han empezado a realizar, hace más de una década, telenovelas locales, culturalmente híbridas, inspiradas en su mayoría por modelo latinoamericano de telenovela. La misma implantación de la telenovela sucede en Rumania, que, como los demás países, se encontraba en pleno proceso de transición a la democracia. En un

contexto cultural nuevo, la telenovela como modelo sufre mutaciones –que son nuestro principal objeto de estudio– adaptándose a los rasgos específicos de la cultura rumana.

Las series con contenido romántico empezaron a emitirse en la Rumania post-comunista a partir de la década de los años 90, cuando el número de canales de televisión privados aumentó de forma considerable, requiriendo así de programas de bajo coste para llenar los horarios de emisión. Desde entonces, las telenovelas han ido ganando cada vez más espacio dentro de los programas televisivos, gracias a la gran popularidad y a las audiencias crecientes que han obtenido. Si en un principio, series brasileñas como *Esclava Isaura* (1976-1977, *Rede Globo*, Brasil) o norteamericanas como *Dallas* (1978-1991, *Lorimar Productions*) y *The Dynasty* (1981-1989, *Aaron Spelling Productions*) llegaron a los principales canales nacionales, a partir del año 1998, con la creación del canal *Acasa TV*, las telenovelas latinoamericanas han logrado ocupar las mejores franjas horarias del canal, que, hoy en día es, casi exclusivamente transmisor de telenovelas.

El año 2004 es el que marca el inicio de la producción de telenovelas nacionales, que gozan de un éxito semejante al de las telenovelas latinoamericanas, de tal manera que, hoy en día, Rumania está vacilando entre comprar fuera telenovelas o producirlas dentro de sus fronteras. Si todo empezó como un experimento, después de pocos años, este país posee una verdadera industria nacional de telenovelas, liderada por el estudio *MediaPro Pictures* y representada en la pequeña pantalla por el mencionado canal *Acasa TV*.

La motivación y el interés que están detrás de la investigación que ha desembocado en esta tesis doctoral sobre la producción de telenovelas en Europa Central y del Este, con enfoque en el caso de Rumania, nacieron a partir del primer contacto que tuvimos con la telenovela y al mismo tiempo con el idioma español, en Rumania, nuestro país de origen. Por aquel entonces, la telenovela constituyó para nosotros no solamente un medio de entretenimiento, sino que también tuvo un papel educativo, pues nos sirvió para aprender, sin propósito preconcebido, un idioma que no habíamos estudiado previamente. Gracias al aprendizaje de la lengua española que adquirimos con tan solo visionar telenovelas pudimos obtener el *Diploma de Español como Lengua Extranjera (DELE)* en el *Instituto Cervantes de Bucarest*. Lo que nos sirvió, a su vez, para acceder a estudios de postgrado en España –que posteriormente nos llevaron a la redacción de la presente investigación sobre un fenómeno al que apenas se le ha dedicado atención académica, a pesar de la importancia y alcance que

presenta. Por esta razón y teniendo en cuenta la escasez de trabajos académicos sobre la producción de ficción televisiva local en Europa Central y del Este, y especialmente en Rumania, consideramos oportuno y necesario convertir la telenovela y sus particularidades de adaptación cultural en tema de investigación.

Por su envergadura, este fenómeno generalizado a escala mundial y omnipresente en Europa Central y del Este es merecedor de un estudio científico amplio, que profundice en el contexto socio-histórico de las importaciones de series de ficción televisiva extranjeras que, ulteriormente, se convierten en modelos de producción a nivel local en estos países. La justificación de esta tesis reside en la escasez de investigaciones que expliquen cómo han llegado las telenovelas latinoamericanas a Europa Central y del Este, qué impacto han tenido y cuál ha sido su papel en la iniciativa de producir telenovelas a nivel local. Nuestra intención ha sido realizar un estudio generalista sobre la producción de telenovelas locales en esa área geográfica a partir de modelos latinoamericanos, con especial atención al caso de Rumanía, en el contexto de la globalización.

La base de esta tesis la constituye la tesina de fin del Máster Europeo en Estudios Latinoamericanos “Diversidad cultural y complejidad social” que realizamos en el año 2009, con el título: *La telenovela a la hora de la globalización. La producción de telenovelas en Rumania*. La investigación llevada a cabo nos ha permitido profundizar en el marco teórico conformado por estudios sobre las telenovelas, que bebe principalmente de la fuente de los estudios culturales. No obstante, también nos hemos apoyado en los estudios de ciencias sociales sobre la Rumania post-comunista y en los análisis sobre los problemas de identidad que se generan en una sociedad multiétnica, como la rumana.

La tesina, que se dedicó a explorar la producción de telenovelas en Rumania en el contexto de la globalización, se presentaba como una investigación abierta y se proponía continuar este camino a través de una tesis doctoral. En aquel momento, la propuesta de tesis – más cercana a la sociología que a los estudios culturales – consistía en un estudio de caso comparativo de dos telenovelas: una rumana (*Inimă de țigan / Corazón de gitano*, 2007-2008, *MediaPro Pictures*, Rumania) y otra mexicana (*Gitanas*, 2004-2005, *Telemundo / Argus Comunicación*, Estados Unidos). El objetivo era el de demostrar que la telenovela cumple una función social: la de sugerir la aceptación y facilitar la integración social de una minoría étnica despreciada y marginada (en este caso, la gitana). Partiendo del análisis de las dos telenovelas, la

investigación se proponía destacar los elementos culturales, relacionados a las diferencias de percepción que existen entre la etnia gitana en Europa del Este, específicamente en Rumania y la visión sobre los gitanos en América Latina, en este caso, México.

Sin embargo, el tema originalmente pensado iba a ser enfocado hacía un aspecto demasiado particular. Dado que no encontramos estudios sistemáticos – o, al menos, una línea de trabajo claramente definida – sobre los orígenes de la producción de telenovelas en Rumania, entendimos que nuestra tesis doctoral podía ocuparse antes de explicar aquellas cuestiones más generales, que centrarse en el caso particular de estudio inicialmente propuesto.

Hipótesis

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, nuestra tesis lanza dos hipótesis, interrelacionadas. Conforme a la primera, los países de Europa Central y del Este, mayoritariamente de origen eslavo, adoptan casi exclusivamente el modelo latinoamericano de telenovela para adaptarlo a sus realidades, teniendo como catalizador cierta proximidad cultural existente entre los países post-comunistas y los países de América Latina, cuya afinidad no es evidente a priori. La proximidad cultural existente da lugar a la segunda hipótesis, conforme a la que se crea un modelo autóctono de producción de telenovelas, siguiendo el ejemplo latinoamericano, modelo ilustrado a través del caso de Rumania como único país de origen latín de la región y que, a su vez, genera una identificación del público con los personajes y los contextos, a través del idioma y de la cultura, todavía más fuerte que el propio modelo.

Metodología

Es preciso mencionar que esta tesis se desarrolla tanto a partir de fuentes secundarias, como primarias, según su grado de utilización en el trabajo.

La base teórica del trabajo bebe de fuentes secundarias. En primer lugar, son la herramienta necesaria para construir el contexto socio-cultural de las transiciones políticas y mediáticas del comunismo a la democracia en los países de Europa Central y

del Este. En segundo lugar, sirven para identificar las diferencias entre telenovelas y *soap operas* a través del método de la comparación, pretendiendo aclarar con ello la orientación de la producción de telenovelas locales en nuestra región objeto de estudio. En tercer lugar, se trabaja con bibliografía centrada en las cuestiones sobre globalización, transnacionalización e internacionalización de la telenovela en el mundo, lo que permite calibrar la magnitud de estos procesos en el caso de la distribución de las telenovelas en Europa Central y del Este. Y en cuarto lugar, los trabajos académicos que abordan teorías sobre la proximidad y la identificación cultural resultan fundamentales para el análisis de los procesos de producción y de adaptación de los modelos latinoamericanos en esta parte de Europa.

Por otro lado, para demostrar de la hipótesis también se recurre a la consulta de fuentes hemerográficas, particularmente electrónicas, sobre todo en cuanto al estudio sobre la producción de telenovelas locales en Europa Central y del Este. El material de archivo de la *Biblioteca Nacional de Rumania*, de los *Archivos de la Televisión Rumana* y del *Consejo Nacional del Audiovisual (CNA)* rumano y los artículos de revistas y periódicos es el elegido para analizar los marcos de producción y de difusión de la telenovela rumana y latinoamericana en Rumania. A este punto, resulta pertinente hacer una especificación útil, con el fin de facilitar la lectura de la tesis: para citar las fuentes hemerográficas, desprovistas, en muchas ocasiones, de autores y/o de datos relativos a fechas de publicación, se ha recurrido al mismo sistema de citas APA, que se emplea para toda la tesis. En dichas circunstancias, se ha elegido la alternativa de referenciar el título del artículo, o las primeras palabras del título, si se trata de uno más largo, acompañado por la abreviación “s.f.” en el lugar del año, es decir, “sin fecha”. La referencia completa se puede encontrar en la bibliografía, y, en su caso, el orden alfabético estableciéndose según la primera letra del título del artículo.

En cuanto a las fuentes primarias utilizadas, estas fueron puestas a disposición nuestra por profesionales rumanos de la telenovela y sirven para complementar, de manera sustancial, tanto cuantitativa como cualitativamente, la información obtenida por fuentes secundarias, específicamente en lo que atañe el estudio de caso de Rumania. En primer lugar, se han conseguido datos de audiencia de la compañía de televisión *PRO TV S.A.* para el canal *Acasa TV* y para otros canales emisores de telenovelas: *Antena1*, *Euforia*, *TVR*, *National TV* y *Romantica* entre los años 2001-2011. Previamente a estas fechas, de los canales de televisión rumanos enumerados, sólo *Acasa TV* dispone de datos parciales relativos a las telenovelas emitidas entre el

momento de su creación en el año 1998 y el año 2000, consistiendo en el título y el año de emisión, sin incluir datos de audiencia. Con esta información, realizamos unos listados de canales de televisión públicos y privados rumanos –y de telenovelas– que se encuentran en los anexos, al final de la tesis y que detallaremos más adelante en el apartado correspondiente a la estructura de la tesis. Estos datos permiten apoyar los resultados del estudio realizado siguiendo métodos cuantitativos. Se hace referencia, fundamentalmente, al número de telenovelas importadas de los países Latinoamericanos y producidas en el territorio rumano. Por lo tanto, pretenden ofrecer un panorama objetivo sobre la amplitud del fenómeno de la telenovela en Rumania.

En segundo lugar, se han realizado varias entrevistas a profesionales del ámbito de la telenovela en Rumania. Con ello se pretende suplir tanto la carencia de información proveniente de fuentes primarias que existe en este campo de estudio, como la dificultad para encontrar información primaria al respecto. Dichas entrevistas complementan cualitativamente el estudio realizado. Al mismo tiempo, resultan particularmente valiosas por facilitar datos sobre los procesos de adquisición de las telenovelas latinoamericanas y la producción de telenovelas rumanas. En concreto, se han realizado 2 entrevistas presenciales con una duración aproximada de 1 hora, una entrevista telefónica y 5 entrevistas por correo electrónico a profesionales implicados en la adquisición de telenovelas de América Latina (directoras de adquisición) y de producción de telenovelas rumanas (guionistas, directores y productores). Todos los datos relativos a estas entrevistas se pueden consultar en el apartado dedicado a fuentes, al final de la tesis.

Cabe señalar, en este punto, las dificultades encontradas para conseguir información proveniente de fuentes primarias, sobre todo debido a la precaución manifestada por los profesionales de la telenovela en cuanto a la confidencialidad de los datos. No fue, por lo tanto, posible conseguir información con respecto a costes de cualquier tipo –tanto de adquisición como de producción– a parte de aquellos hechos públicos por diversos medios y vías de comunicación.

Por otro lado, la escasa disponibilidad de tiempo de algunos profesionales también dificultó la labor de realización de entrevistas presenciales. Ante esta situación, las cinco entrevistas realizadas a través del correo electrónico fueron la solución elegida, aunque resultaran menos interactivas y menos ricas en información que las dos que se realizaron de forma presencial, donde el diálogo permitió ampliar las preguntas inicialmente preparadas. No obstante, cabe mencionar, como excepción, una de las

entrevistas por correo electrónico, acordada por una profesional que se encuentra fuera de Rumania por razones de trabajo –condicionante para que la entrevista se realizara por correo electrónico– que, pese a ello, resultó muy rica en información, gracias a las respuestas ofrecidas, amplias y detalladas.

Estado de la cuestión y marco teórico

Como mencionamos anteriormente, a nivel internacional todavía no existe un trabajo de investigación complejo y bien documentado sobre el fenómeno de producción de telenovelas locales en Europa Central y del Este, a pesar de la creciente popularidad que han ido ganando los *soap operas* y las telenovelas, tanto importadas como autóctonas, entre los espectadores de todas edades. Lo que sí existen son, sobre todo, artículos enfocados hacia el éxito que han tenido las telenovelas latinoamericanas en los países de la región y artículos-entrevista con productores locales sobre sus producciones propias de ficción televisiva, publicados en revistas orientadas hacia la telenovela como *TVMas Magazine*, *TVyNovelas* y *Only Telenovelas*. También hay artículos en revistas de corazón o en periódicos, que hablan sobre las altas audiencias logradas por este género televisivo, en constante expansión en estos países.

En Rumania existe un estudio sobre la telenovela del que tenemos constancia que es una tesis doctoral del año 2009, no publicada, pero disponible en la *Biblioteca Nacional de Rumania*. Beatrice Comănescu –la directora del canal *TVR Internațional*, estrenado en el año 1995 y dedicado a los rumanos que viven en el extranjero– presentó la tesis con el título *Filmul de televiziune. Telenovela – serialitate si structuri / La película de televisión. La telenovela – serialidad y estructuras*, en un contexto en el que la producción de telenovelas rumanas se encontraba en un periodo de máximo apogeo. Su enfoque recae sobre la estructura narrativa y los estereotipos de personajes de la telenovela rumana *Regina* (2008, *MediaPro Pictures*, Rumania), que hasta aquel momento había llegado a superar el record de audiencias de las telenovelas rumanas. Sin embargo, este trabajo no llega a ofrecer un panorama general de la llegada de las telenovelas latinoamericanas a Rumania y tampoco una visión de conjunto sobre las demás telenovelas producidas en Rumania.

La tesis que proponemos, apuntando a llenar este vacío académico, está respaldada por un marco teórico heterogéneo, multidisciplinar y plurilingüe, que

adaptamos al caso de los países de Europa Central y del Este. Dicho marco teórico sirve para contextualizar, analizar y explicar el camino de la telenovela latinoamericana, desde su llegada a estos países, particularmente a Rumania, hasta ver nacer productos híbridos a partir de sus modelos.

La base bibliográfica está configurada a partir de libros y materiales provenientes de campos científicos diversos, que, desde su heterogeneidad, se reúnen para desembocar en una investigación cuya finalidad es reunirlos bajo el paraguas de la producción de telenovelas en Europa Central y del Este, en el contexto de la globalización.

Las referencias bibliográficas que conforman el marco teórico de la tesis se pueden dividir en cuatro grandes bloques. Los primeros dos bloques, principales, enmarcados en el campo de los estudios culturales, se construyen por los estudios sobre telenovelas y *soap operas*, y por la literatura relacionada con la circulación y producción de telenovelas dentro del contexto global. Los últimos dos bloques, secundarios, que atañen más al campo de las ciencias sociales se construyen a partir de obras que tienen como temática central las transiciones políticas y mediáticas en Europa Central y del Este y cuestiones de identidades culturales y su construcción a través de la proximidad cultural.

Estudios sobre telenovelas y *soap operas*

Son numerosas las investigaciones que se han llevado a cabo sobre *soap operas* y telenovelas en el área de los estudios culturales, sobre todo durante las últimas dos décadas del siglo pasado, e inicios del presente. Dado el hecho de que estos trabajos constituyen el marco principal de referencia de esta tesis, podemos afirmar que ella queda enmarcada en el campo de los estudios culturales.

A partir del amplio abanico de obras publicadas en el continente americano, donde este género ha nacido y se ha desarrollado, la selección bibliográfica realizada aporta su contribución para conformar una importante parte de la base teórica de nuestra tesis. Dichas obras, cuyos autores son de referencia internacional, se reúnen en esta investigación, desde una perspectiva tanto generalista como específica sobre la telenovela y el *soap opera*, para ofrecer las herramientas teóricas necesarias para analizar la producción de telenovelas en Europa Central y del Este, desde una nueva

perspectiva comparativa, estructural y de contenidos, entre el *soap opera* y la telenovela.

De manera directamente proporcional con la aparición del *soap opera* en Estados Unidos –previa a aquella de la telenovela, que surge en América Latina a partir de principios de los años 50, los primeros trabajos relacionados con el *soap opera* son rastreados en los años 30, mientras que sobre la telenovela se empieza a investigar en los años 60.

Mientras que los primeros estudios, más antiguos, nos han servido para adquirir una visión de conjunto sobre los inicios y la evolución del *soap opera* y de la telenovela en el tiempo, los estudios más actuales son los que más impacto han tenido en el presente trabajo de investigación. Mencionamos aquí, brevemente, los estudios más significativos que hemos empleado, para dejar lugar a un estado de la cuestión más detallado al principio del segundo capítulo de la tesis.

La aproximación al *soap opera* como género se hace desde la perspectiva de los trabajos académicos de Rick Altman (2000) y de Christine Gledhill (1977), mientras que dos obras de referencia sobre los *soap operas* son las de R. C. Allen: *Speaking of Soap Operas* (1985) y *To be continued...: soap operas around the world* (1995). La *Aproximación a la telenovela* (1987) de Tomas López-Pumarejo se muestra como una complementación del trabajo de Allen, siendo uno de los primeros trabajos científicos que se encargan de explicar las dinámicas de la circulación de los flujos televisivos audiovisuales a nivel internacional. Las contribuciones de Jesús Martín-Barbero y de Germán Rey en *Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva* (1999), “Matrices culturales de la telenovela” (1995a) y “Telenovela: melodrama e identidad. De la telenovela en Colombia a la telenovela colombiana” (1995b) resultan fundamentales para establecer vínculos entre realidad y ficción dentro de la telenovela y comprender el “drama del reconocimiento” de los espectadores con los personajes de las series de ficción. El “contrato mediático” identificado por Escudero y Chauvel (1997) sigue la misma línea de fidelización del público, esta vez a través de la serialidad. Nora Mazziotti (1996) es pionera en acercar a la telenovela a la industria cultural, lo que nos aproxima al campo de la producción de telenovelas en el contexto global. Más adelante, en el año 2002, José Ignacio Cabrujas realiza una obra fundamental, *Y Latinoamérica inventó la telenovela*, en la que detalla todos los aspectos de concepción y producción, relacionados con la telenovela como producto audiovisual intrínsecamente latinoamericano. Este libro en particular resulta muy significativo para

nuestra investigación, en el sentido en el que asienta las bases de lo que es “latinoamericano” en la telenovela, facilitando el análisis sobre las mutaciones y adaptaciones necesarias en Europa Central y del Este para conseguir una telenovela con sabor local.

La circulación y producción de telenovelas en el contexto global

Con la intensificación de los flujos televisivos facilitados por el fenómeno de la globalización, los estudios sobre la telenovela han empezado a orientarse, desde finales de los años 90, hacia sus dinámicas de circulación y de producción en los contextos globales, marcadas por las adaptaciones de modelos y de formatos en el mundo.

Los trabajos académicos que contribuyen a construir el marco teórico de la producción y de adaptación de modelos de telenovelas en Europa Central y del Este se concentran, sobre todo, en la primera década del siglo XXI. Así, los artículos de Páramo Ricoy (2000), Mato (2001) y Esser (2002) teorizan sobre la transnacionalización de la telenovela en relación a la globalización, desde las lógicas del capitalismo. La definición de la “transnacionalización” se construye a partir de las reflexiones de Featherstone (1990), McQuail (1995), Hannerz (1996), dobladas por una visión más actual, ofrecida por Iwabuchi (2002) y Chalaby (2005b).

La globalización de la telenovela en clave económica y cultural es analizada por Martín-Barbero (2002), mientras que Straubhaar (2007) identifica aspectos culturales y lingüísticos de los mercados hacia los que se exporta la telenovela, según regiones que obedecen a criterios cultural-lingüísticos y geo-culturales y que responden al proceso de transnacionalización.

Las lógicas de circulación de los flujos y contra-flujos de programación televisiva ayudan a explicar, en nuestro caso, el movimiento internacional de la telenovela desde los países de América Latina a Europa Central y del Este. En este sentido, las contribuciones de académicos como Nordenstreng y Varis (1974), Nederveen Pieterse (2004b) sobre los flujos televisivos y de Schement y Rogers (1984) y Appadurai (1990) sobre los contra-flujos desembocan en el libro editado por Daya Kishan Thussu (2007), *Media on the Move: Global Flow and Contra-Flow*, que realiza una cartografía actual de la circulación de la programación televisiva a nivel internacional, donde Europa Central y del Este es parte del mapa hacia donde se dirigen

los flujos de programación, especialmente de series televisivas. Aunque el paisaje de esta zona de Europa quede casi invisibilizado desde la perspectiva de Albert Moran (2009b), su libro *New flows in Global TV* genera una visión de conjunto de las dinámicas de los formatos de telenovela en el mundo. El *Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OBITEL)* se encarga de vincular lo global con lo nacional en *Mercados globales, historias nacionales* (Vilches, 2009).

Consideramos adecuado aplicar la teoría de Richieri (2004), concebida inicialmente para los países europeos occidentales “unificados” bajo la bandera de la Unión Europea, al caso de los países post-comunistas. Conforme a esta teoría, economía, globalización y nuevas tecnologías se conjugan para conferir una dimensión internacional a la televisión en Europa Occidental, favorecida en Europa Central y del Este por el proceso la transición a la democracia.

A pesar de la relevancia del fenómeno, los trabajos enfocados hacia la exportación de telenovelas y su recepción en Europa Central y del Este son reducidos numéricamente. Uno de los primeros estudios elaborados sobre este tema es el de Biltereyst y Meers (2010), seguido por los muy recientes y valiosos artículos de Štětka (2012a; 2012b), ampliamente referenciados en esta tesis, junto con el artículo de Mustață (2012) que explica la situación de Rumania durante la época comunista y la ulterior llegada de las series televisivas al país.

En cuanto al proceso de producción de telenovelas mediante la adaptación, se emplean dos enfoques teóricos principales: la *glocalización*²²⁸ y la hibridación, que se encuentran dentro de la dinámica global – local. Teóricos de la *glocalización* como Kraidy (1999), Khondker (2004), Iwabuchi (2004); Keane y Morán (2005), Waisbord (2004) y de la hibridación: García-Canclini (1990, 1997), Bhabha (1994), Kraidy (2005) y Nederveen Pieterse (1995; 2004b) contribuyen en establecer puntos comunes y diferencias entre las dos teorías, explicando lo que ellas aportan a la adaptación de los modelos de telenovela en Europa Central y del Este.

Sobre la base del análisis de las fuentes bibliográficas mencionadas más arriba, esta tesis pretende aportar su contribución en la adaptación de teorías concebidas

²²⁸ Aunque el término de “glocalización” no esté asentando de forma oficial en el vocabulario de la lengua española, hemos considerado adecuado prestarlo del inglés y emplearlo en esta tesis para sugerir, de acuerdo con nuestras necesidades, la fusión entre lo “global” y lo “local” en un solo concepto. La justificación de esta decisión se encuentra en el cuarto capítulo, en el apartado dedicado especialmente al concepto.

particularmente para el mundo occidental para situaciones que se dieron también, ulteriormente, en Europa Central y del Este y que dichos estudios casi no contemplan.

Las transiciones políticas y mediáticas en Europa Central y del Este

Mucha ha sido la literatura desarrollada sobre el tema de las transiciones en Europa Central y del Este, que abunda sobre todo durante los últimos años. A una distancia de aproximadamente dos décadas desde el inicio de las transiciones, gran parte de las investigaciones científicas se concentran más bien sobre aspectos políticos y económicos, que sobre aquellos sociales y culturales, en términos de cambios social y de costumbres y mentalidades.

Así, los estudios sobre las transiciones mediáticas y sobre los procesos que estas suponen son bastante recientes y, por lo tanto, aún escasos. Si al periodo de los inicios de las transiciones se le dedica más atención debido a los grandes cambios impuestos por la liberalización y la desregularización y dictados por el capitalismo globalizador, a medida que las transiciones avanzan en el tiempo, se puede observar una disminución en cuanto al número de investigaciones dedicadas al seguimiento de los procesos transicionales. Sin embargo, durante los últimos años, particularmente en 2012 y 2013, observamos interés creciente de los académicos hacia el estudio de las transiciones mediáticas en Europa Central y del Este.

Además de proponernos ofrecer un contexto socio-histórico de la llegada de los *soap operas* y de las telenovelas, también pretendemos aproximarnos, desde una mirada comparativa, tanto general como más específica, a las transiciones a la democracia en los países Europa Central y del Este, particularmente en Rumania.

El libro *Finding the Right Place on the Map: Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective* es una obra bien articulada, en la que los editores K. Jakubowicz y M. Sükösd (2008) reúnen trabajos sobre los cambios mediáticos impuestos por las transiciones, desde una perspectiva global. Retenemos de aquí el estudio de los editores: “Twelve Concepts Regarding Media System Evolution and Democratization in Post-Communist Societies”, interesante como mirada general sobre estos países. Otras contribuciones publicadas en el mismo libro, como las de Mungiu-Pippidi (2008) y Peruško y Popović (2008) se detienen sobre la relación entre política y sistemas mediáticos.

Central and Eastern European media in comparative perspective : politics, economy and culture editada por Febbrajo y Sadurski (2010) concentra la mirada sobre Europa Central y del Este, ofreciendo una perspectiva comparativa, lo que coincide con nuestra intención en esta tesis – de aproximarnos a los sistemas mediáticos de la región, observando sus puntos comunes y sus diferencias. Igualmente, Downey y Mihelj (2012) ofrecen otra perspectiva comparativa en *Central and Eastern European media in comparative perspective: politics, economy and culture*. Sin embargo, un estudio pionero y de referencia es el de Hallin y Mancini (2004): *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*, que entrecruzan aspectos políticos y mediáticos, generando modelos de análisis para las comparaciones. En el mismo sentido destaca también el libro de Gross (2002) – *Entangled Evolutions. Media and Democratization in Eastern Europe*.

Sobre el caso específico de la transición política y mediática en Rumania se ha escrito sobre todo en los años 90, mientras que los estudios actuales sobre el tema son escasos, igual que pasa con respecto a los demás países de Europa Central y del Este. La transición política está analizada por Zub (1998) y de la mediática se encarga Gross (1996) en el libro *Mass-media in Revolution and National Development, The Romanian Laboratory*. La “tele-revolución”, que abre el camino de la transición mediática en Rumania, está analizada por Dragan (1993) como una primera aproximación a las series de televisión, donde realidad y ficción crean un espectáculo en directo, muy exitoso ante el público rumano. A partir de esta reflexión, asociamos la transformación de un evento real en espectáculo con el gusto para la ficción televisiva, a través del que explicamos, entre otras razones, el éxito de las telenovelas latinoamericanas en Rumania y su posterior producción local. Estudios recientes como los de Coman (2003a), Nicolau (2009), Mustață (2012) integran Rumania dentro del marco general de las transiciones de otros países europeos, mostrando el recorrido entre el antes y el después de los sistemas audiovisuales: de las televisiones públicas a las televisiones privadas.

En cuanto a la presencia de las telenovelas en Rumania, hemos identificado un artículo breve con el título “Living la Vida Loca: Telenovelas and post-communist transition” publicado en inglés en una revista rumana. En este artículo, Stan (2003) hace una incursión sobre cómo han llegado estas series en el país y el éxito que han tenido.

También en el caso de Rumania, la identificación de los escritos de reglamentaciones del sector audiovisual, presentados bajo la forma de leyes y normativas rumanas y europeas nos ayuda observar a través de cuales medidas

específicas se han implementado los cambios resultados de la transición política. La selección y el análisis de estos artículos de leyes en esta tesis representan una contribución en identificar la trayectoria de los cambios realizados en el resto de Europa y operados a nivel nacional en este país ex-comunista.

Identidades nacionales y proximidad cultural

Las problemáticas de las identidades nacionales y de la construcción de identidades culturales a través de la proximidad cultural a las que nos aproximamos pretenden explicar el motivo por el que las telenovelas latinoamericanas han servido de modelo para las producciones autóctonas de telenovelas en los países de Europa Central y del Este. Consideramos que proximidad cultural e identificación cultural van de la mano, lo que implica que las dos contribuyen en determinar el gusto por un cierto tipo de producción con situaciones particulares y personajes fácilmente identificables. Es así como explicamos la adaptación del modelo de telenovela en esta parte de Europa y no el del *soap opera*.

No pretendemos definir el concepto de identidad nacional y cultural desde teorías que lo han analizado desde sus diversas acepciones. Más bien, utilizamos el concepto en su estricta relación con un programa televisivo específico, que es la telenovela, como herramienta para justificar el apego del público a este tipo de producciones y la iniciativa de realizar telenovelas propias en Europa Central y del Este.

Para apoyar la afirmación anterior en cuanto al uso de la relación identidad – telenovela, apuntamos las afirmaciones de Martín-Barbero, quién (1995b) asocia a la telenovela con una “identidad plural”, del continente latinoamericano. Cabrujas (2002) confirma esta idea, hablando de una “integración sentimental latinoamericana”, pero dentro de la que la telenovela preserva, sin embargo, sus especificidades características a cada país productor.

Además de la identificación que se genera entre los pueblos latinoamericanos con sus propias producciones de telenovelas, hemos notado otros dos niveles de identificación. En primer lugar, observamos un nivel de identificación secundario, que se puede aplicar en el caso de los públicos de Europa Central y del Este frente a las telenovelas importadas desde América Latina. En segundo lugar, resaltamos un nivel de identificación primario, notable en el caso de las producciones locales de estos países,

que logran conseguir que el público se identifique todavía más con estas telenovelas, gracias a la proximidad generada por la temática abordada y por la tipología de los personajes. En cuanto a la tipología de los personajes, Martín-Barbero (1995b) indaga más profundamente en un sentido propio a al melodrama – la identificación, esta vez a nivel personal, del espectador, que genera un “drama del reconocimiento”.

La teoría de la proximidad cultural, iniciada por Straubhaar (1991, 2007), justifica el gusto del público por productos culturales locales, frente a las importadas. Así, los programas televisivos que facilitan la identificación en términos de un capital cultural constituido por idioma, etnicidad, humor, forma de vestir, de referencias históricas y conocimientos en general logran tener audiencias más altas que otros programas. Por lo tanto, consideramos que esta teoría, que se ha quedado sin eco en Europa Central y del Este, es adecuada para ser aplicada en este caso y especialmente en el caso de Rumania, mediante ejemplos concretos de telenovelas.

Estructura de la tesis

La presente tesis está estructurada en cinco capítulos que contienen un inicial estado de la cuestión sobre el marco teórico empleado, presentado de forma más detallada a lo largo de los capítulos que en esta introducción. Los capítulos apuntan hacia una unidad cuya finalidad es ilustrar, desde la imbricación de consideraciones teóricas aplicadas a objetivos concretos, que la telenovela latinoamericana genera modelos adaptables a otras nuevas realidades, en Europa Central y del Este y especialmente en Rumania.

Desde la necesidad de contextualizar el fenómeno de la telenovela en Europa Central y del Este, el primer capítulo empieza con identificar históricamente el momento de la llegada del *soap opera* y de la telenovela a esta región, que se encontraba en aquel entonces en sus inicios de procesos de transición a la democracia. Consideramos adecuado empezar por un breve estudio comparativo de las transiciones desde una perspectiva socio-histórica, con la finalidad de explicar los acontecimientos que llevaron a las transiciones mediáticas desarrolladas casi en paralelo en estos países, marcadas por dos procesos significativos para el campo audiovisual: la liberalización y la desregularización. La segunda parte del primer capítulo se dedica a contemplar, detenidamente, el paisaje audiovisual rumano, antes y después de la caída del régimen comunista. El enfoque recae en la evolución del sector audiovisual desde el monopolio

de estado, cuando existía un solo canal de televisión público, hasta la creación de nuevos canales privados, que empezaron a albergar en sus parrillas series de televisión importadas: *soap operas* y telenovelas. Una mirada atenta sobre las leyes nacionales rumanas y europeas permite concretar aspectos del cambio aportado por la transición en cuanto a la libertad de expresión, a la apertura frente a la difusión de otros programas y al fomento de la producción de programas televisivos a escala nacional.

El segundo capítulo hace una incursión en los orígenes del género melodramático, representado por la telenovela y por el *soap opera*, desde una perspectiva comparativa, para ver cómo estas narrativas audiovisuales seriadas se han prefigurado y como se han transformado con el paso del tiempo. Así, el breve recorrido ilustrativo por la evolución del género en América Latina y en Rumania –pasando por el folletín y la radionovela como predecesores de la telenovela– ayuda a contemplar los rasgos específicos que han influido en la configuración de la telenovela en general y, en nuestro caso, los antecedentes y las características de las adaptaciones en Europa Central y del Este. La identificación de los modelos de telenovela mexicano y brasileño, que consideramos como exponenciales e inspiradores para las producciones rumanas, ayuda a comprender el encuentro entre la realidad y la ficción desde una forma más sentimental y melodramática en el caso del primer modelo y desde un punto de vista socio-cultural en el caso del segundo.

El tercer capítulo se desarrolla en torno a la influencia del proceso de globalización mediática en la circulación y la difusión de la telenovela como género transnacionalizado. El estudio de las lógicas de internacionalización de la telenovela latinoamericana en el mundo sirve para focalizar la atención en la zona de Europa Central y del Este. La observación de regiones cultural-lingüísticas y geo-culturales ante la transnacionalización ayuda a comprender mejor el éxito de las telenovelas latinoamericanas en ciertas regiones más que en otras. A partir de estos aspectos teóricos pasamos a hablar de la presencia de la telenovela en Europa Central y del Este, con especial atención a Rumania. En el caso de Rumania, desarrollamos distintos aspectos que tienen como objetivo demostrar la importancia del fenómeno de la telenovela en el país. Así, basándonos en entrevistas personales realizadas con directores de adquisición, de producción y con productores de telenovelas rumanas, daremos a conocer algunas claves del éxito de las telenovelas latinoamericanas frente a los ojos del público nacional y las lógicas de adquisición y de transmisión de telenovelas en el país. La muestra de algunas de las telenovelas más exitosas en

Rumania será ilustrativa para identificar lo que gusta al público rumano y para comprender cuales han sido las fuentes de inspiración para las propias telenovelas.

Las dinámicas de la telenovela entre lo global y lo local, tanto a nivel de circulación como a nivel de producciones nacionales, son presentadas en el cuarto capítulo. En primer lugar, detenemos la mirada sobre los mecanismos de adaptación (deslocalización – relocalización), tanto de formatos, como de modelos, en el contexto internacional. Las teorías de la proximidad cultural, de la *glocalización* y de la hibridación se constituyen como fórmulas de adaptación del modelo latinoamericano de telenovela en los países de Europa Central y del Este. Estas fórmulas se aplicarán, en la segunda parte de este capítulo, para revelar las particularidades de los procesos y los niveles de adaptaciones en seis países de Europa Central y del Este, de lengua y cultura eslavas.

El único país latino en el mar eslavo de Europa Central y del Este, que es Rumania, es el protagonista en el quinto capítulo –que es el más extenso– por las especificidades que presenta en lo que supone el proceso de adaptación de los modelos mexicano y brasileño a sus realidades nacionales. Consideramos que la componente latina juega un papel determinante, que hace que las producciones rumanas estén más próximas a estos modelos latinoamericanos que otras telenovelas realizadas en países de Europa Central y del Este, de orígenes eslavos. Procedemos a la división del total de las telenovelas producidas en Rumania en tres grupos. Por lo tanto, una primera fase, ubicada entre los años 2004-2006 es la de la producción de telenovelas rumanas según el modelo mexicano, que comprende un número de ocho telenovelas, cuyo rasgo fundamental es la manifestación de sentimentalismo exagerado, tanto en las situaciones presentadas, como en la actuación de los personajes. Durante una segunda fase, entre 2007-2009, se producen tres telenovelas siguiendo el modelo brasileño de telenovela, donde la temática de índole social y cultural supera el sentimentalismo específico al modelo mexicano. Una tercera fase, entre los años 2009-2011 queda ilustrada a través de otras tres telenovelas que, debido al *know-how* conseguido durante las dos fases previas, se alejan de los dos modelos de base, dejando lugar a la creatividad y a la propia expresión melodramática rumana, que reúne la inspiración latinoamericana con la originalidad local.

Con el fin de determinar los principales rasgos de las telenovelas rumanas, desde una perspectiva comparativa con el modelo latinoamericano, hemos procedido a analizar varios aspectos relacionados con su producción y distribución.

Cronológicamente y de acuerdo con las tres fases identificadas, hemos empezado por contemplar las fechas, los horarios de emisión y los canales de distribución de las telenovelas nacionales en Rumania. Con respecto a los aspectos de producción, hemos analizado, siguiendo el esquema de Christine Gledhill (1977) y refiriéndonos a cada uno de los casos de las 15 telenovelas rumanas en particular, los detalles relativos al rodaje, al coste de producción –en la medida de lo posible y según las fuentes consultadas, al guión, a la elección de los actores, a la historia y a los personajes. Hemos identificando, a partir de todos ellos, elementos prestados al modelo latinoamericano y elementos genuinos que caracterizan el modelo rumano. Las canciones introductorias de las telenovelas son elementos que justifican un rasgo, en muchos casos común con el latinoamericano, relacionado al *star system*. El *feedback* del público en el seguimiento de la historia resulta relevante en el caso de las producciones rumanas, así como las estrategias de promoción y de marketing, que llevan, además de su distribución a nivel nacional, a su internacionalización.

Por lo último, las tendencias actuales en cuanto a la transnacionalización de las telenovelas producidas en Europa Central y del Este y a la expansión de la telenovela rumana en el mundo cierra el quinto capítulo.

Los cinco anexos presentes al final de la tesis se componen principalmente a partir de fuentes primarias: por un lado, de fuentes disponibles en internet y, por otro lado, obtenidas directamente de las productoras de telenovelas rumanas. El listado de canales televisivos públicos y privados correspondiente al primer capítulo está elaborado a partir de una base de datos de canales televisivos y compañías, puesta a disposición por la Unión Europea. Los datos económicos relativos al producto interior bruto en Rumania, que consideramos como impulsor en el proceso de producción de telenovelas locales, provienen también de fuentes primarias disponibles en línea. En cambio, los listados de telenovelas latinoamericanas emitidas en Rumania, el top 20 de las telenovelas latinoamericanas más visionadas en Rumania y el de las telenovelas rumanas fueron realizados a partir de datos facilitados por la compañía mediática *PRO TV S.A, Central European Media Enterprises*, Bucarest, Rumania.

Reconocimientos

Esta tesis no se podría llegar a presentar bajo la forma actual sin la participación de varias instituciones y personas, que han brindado su apoyo para el buen desarrollo del proceso de investigación.

En primera instancia, es preciso mencionar el programa de ayudas de Formación del Personal Investigador de la Universidad Autónoma de Madrid. La ayuda disfrutada durante cuatro años, desde octubre de 2009 hasta septiembre de 2013, confirió un apoyo económico *sin equa non* para la realización del trabajo. Las tres estancias breves de investigación con una duración de tres meses, financiadas gracias a este programa, han aportado información original y valiosa, que hubiera sido difícil de conseguir sin los desplazamientos a Rumania y a Estados Unidos.

La primera estancia, realizada de julio a septiembre de 2010 se ha desarrollado en la *Biblioteca Central Universitaria Carol I de Bucarest*, Rumania, gracias a la invitación de Mircea Regneala, por aquel entonces director general de la biblioteca y profesor de la cátedra de “Biblioteconomía y ciencias de la información” de la Universidad de Bucarest.

Son dignos de apreciar, al mismo tiempo, el apoyo de otras instituciones como la *Biblioteca Nacional de Rumania* y el *Consejo Nacional del Audiovisual (CNA)* rumano, con la especial contribución de Rodica Anghel, miembro del Servicio Jurídico de Reglamentaciones, con información interesante e ilustrativa, sobre reglamentaciones y recomendaciones del CNA en materia de transmisión de telenovelas.

También la segunda estancia de investigación se ha desarrollado en Bucarest, en la compañía mediática *PRO TV S.A.* de julio a septiembre de 2011, gracias al apoyo de Adriana Rotaru, colaboradora de la empresa. El contacto con los guionistas, directores y productores de telenovelas ha sido facilitado gracias a la Directora de asuntos corporativos y de relaciones públicas, Maria Apostol y por la ejecutiva de relaciones públicas, Mioara Radu. La información tan útil, de primera mano, sin la que la tesis se hubiera quedado pobre, se consiguió a través de las entrevistas personales y por correo electrónico. Se merecen una mención especial la productora de telenovelas rumanas de *Media Pro Pictures*, Ruxandra Ion, las directoras de adquisiciones del canal *Acasa TV* Antoanela Ungureanu e Ines Năstăsoiu, las guionistas Simona Macovei y Sorina Ungureanu y los directores de telenovelas Sebastian Voinea y Iura Luncașu.

La elaboración de los listados de telenovelas presentados en los anexos fue posible gracias a la destacada contribución de Ionela Bratu, Senior Research Analyst del canal Antena 1 y Ana Blas, Market Researcher y Teodora Soltuz, Senior Research

Analyst de la compañía *PRO TV S.A.*, que ofrecieron datos imprescindibles para demostrar diversos aspectos teóricos relacionados con el impacto de la telenovela latinoamericana en Rumania y con la producción de telenovelas rumanas a nivel nacional.

La tercera estancia oficial, de septiembre a diciembre de 2012 se llevó a cabo en la Universidad de Austin, Texas, en el departamento de Radio-Television-Film, bajo el consejo académico de Joe Straubhaar, “Amon G. Carter” Centennial Professor of Communication. Las interesantes conversaciones con el Dr. Straubhaar, fundador de la teoría de la proximidad cultural en el Occidente, han generado nuevas perspectivas, desde diversos ángulos, con vistas a su aplicación en el caso de los países de Europa Central y del Este.

La actividad investigadora desarrollada en el grupo *Convergetvd: Instrumentos y mediciones de análisis de la ficción en la convergencia televisiva*, patrocinado por el Ministerio de Investigación y Ciencia (2010-2012), coordinado por el Dr. Lorenzo Vilches, ha sido transcendental para la concreción y la sistematización del objeto de estudio y de los objetivos de la presente tesis. La orientación del Dr. Vilches ha sido esencial en términos de que ha permitido ver con claridad aquella necesidad de realizar una investigación sobre ficción televisiva en el área de Europa Central y del Este.

Los comentarios recibidos por parte de colegas y amigos doctores como Iuliana Botezan y Begoña Ballesteros en cuanto a aspectos metodológicos de la investigación han resultado muy útiles particularmente en la elaboración de la introducción, mientras que las conversaciones y el apoyo moral de otros compañeros, colegas y amigos han jugado un papel esencial en todo el proceso. Entre ellos merecen ser mencionados Clara Garavelli, Álvaro Alconada Romero, Juan Vázquez Navarro, Elena García de Paredes, Giovanna Caprara, Dulcinea Tomás Cámara y Juan Pedro Maestre, a riesgo de dejar a alguien sin nombrar.

Un agradecimiento destacado merecen, sobre todo, la Dra. María Luisa Ortega Gálvez como directora y el Dr. Manuel Álvaro Dueñas como co-director de esta tesis, por habernos brindado la posibilidad y por haber confiado en nuestra capacidad de llevar a cabo este proyecto. A lo largo de todo el proceso de elaboración y de escritura, el atento seguimiento, sus apreciaciones y sus comentarios enriquecedores, han contribuido a que este trabajo, que se despliega en las siguientes páginas, recobrara valor académico.

Conclusiones [versión en español]

La telenovela se constituye como parte del universo latinoamericano, siendo un género arraigado en la cultura latinoamericana que aparece como un elemento de cohesión para América Latina. La telenovela es, como decía Martín-Barbero (1995b), un medio integrador por excelencia, que contribuye a la integración sentimental latinoamericana, debido al conjunto de especificidades culturales y de mitos que se encuentran bajo un lenguaje común²²⁹.

Aunque el concepto de “telenovela” remita originalmente a una producción seriada específica a América Latina, mediante esta tesis hemos pretendido demostrar que la telenovela puede llegar a convertirse en producto audiovisual de inspiración latinoamericana, concebido en los países de Europa Central y del Este, que hasta logra superar, en términos de éxito, a las producciones originales. Esto sucede particularmente en el caso de Rumania –único país de habla latina de la región que cuenta con una industria prolífera de producción de telenovelas.

Con el fin de comprender las razones que impulsaron el inicio de las producciones nacionales de telenovelas en Europa Central y del Este, vimos la necesidad de rastrear el comienzo de la llegada de telenovelas y de *soap operas* a esta región. Observamos que, a raíz de la internacionalización de la telenovela hacía el Este de Europa y de su consecuente éxito durante las transiciones a la democracia en estos países, este tipo de narrativas televisivas pasaron a ser parte de la vida diaria de la población. Su capacidad de imbricar realidad y ficción en temáticas basadas en la exaltación de sentimientos inherentes al ser humano le han asegurado la fidelidad de los públicos y, por tanto, altas audiencias –aportando, a la vez, beneficios económicos a los canales transmisores.

El estudio de aproximación a los sistemas audiovisuales post-comunistas desde la perspectiva de las transiciones mediáticas en el contexto de los cambios políticos, económicos, sociales y culturales que han sacudido estos países constituye una aportación original de esta tesis que nos ha permitido observar, en términos

²²⁹ Según la variedad de registros del español hablado en los distintos países de América Latina y la ilustración de diferentes tipos de sociedades latinoamericanas según países de producción, se puede concluir que, culturalmente, las telenovelas son “una ventana abierta al mundo hispano”, reflejando la vida diaria, el comportamiento y la manera de sentir de la población hispanohablante.

comparativos y con enfoque en el caso rumano, la evolución de los sistemas audiovisuales públicos y monopolistas a unos sistemas de gestión privada. Hemos evaluado como imprescindible tomar en cuenta dichos antecedentes, considerando, por un lado, la reglamentación del sistema audiovisual rumano y, por otro, la reglamentación europea en materia de audiovisual. La finalidad ha sido determinar las circunstancias en las que los *soap operas* y las telenovelas importadas han servido como productos de larga duración para llenar estratégicamente las parrillas de transmisión de estos canales nuevos creados.

La observación de la telenovela y del *soap opera* como fenómenos generalizados a nivel planetario y en proceso constantemente evolutivo, desde sus orígenes y hasta el presente, permitió tener una perspectiva general sobre su complejidad en el contexto de la globalización y consecuentemente, determinar los rasgos específicos que han influido en la configuración de la telenovela en general, y en nuestro caso, de la telenovela rumana. Al mismo tiempo, la comparación en términos de estructura formal y de contenido de las series de ficción norteamericanas y latinoamericanas ha servido para determinar que los países de Europa Central y del Este en general y Rumania, en particular, se han decantado en su mayoría por el modelo de telenovela como fuente de inspiración para sus propias producciones.

Habiendo alcanzado una considerable difusión a nivel internacional, debida al proceso de globalización mediática, la telenovela como género transnacionalizado, que consiguió traspasar las fronteras geográficas, culturales y lingüísticas, deja de ser un formato exclusivamente producido en los países latinoamericanos. Sus modos de realización se convierten en modelos para producciones nacionales en el mundo y particularmente en los países de Europa Central y del Este, que es lo que pretendió demostrar esta tesis. La *glocalización* de estos modelos desemboca en producciones nacionales que logran altas audiencias en sus países de origen y que apuntan hacia el mercado internacional de la televisión. En este sentido, dentro de la región de Europa Central y del Este, hemos examinado atentamente el caso de producción e internacionalización de la telenovela rumana.

En cuanto al origen del fenómeno de la producción de telenovelas en Rumania, en esta tesis intentamos comprobar dos aspectos fundamentales. En primer lugar, se observó que las telenovelas rumanas adoptan el modelo de telenovela latinoamericano, debido a cierta identificación que existe entre las situaciones de pobreza que se dieron en las sociedades post-comunistas, en vías de desarrollo y situaciones similares de los

países de América Latina. Por lo tanto, la proximidad cultural de segundo nivel, materializada por las costumbres, idioma y latinidad del pueblo rumano y los pueblos de América Latina, hace que los rumanos prefieran el modelo de la primera al del *soap opera* norteamericano, con el que los rumanos no se sienten tan identificados culturalmente. En segundo lugar, las telenovelas rumanas, igual que las que se realizan en otros países de Europa Central y del Este, se producen desde una necesidad de una proximidad cultural primaria. Este tipo de proximidad determina una mayor identificación del público en cuanto a las situaciones presentadas y a los personajes que las telenovelas latinoamericanas. Compartir el mismo idioma y los mismos referentes culturales se vio como un factor clave que impulsó el inicio de las producciones nacionales, tanto en Rumania como en el resto de los países de Europa Central y del Este.

La elaboración de un amplio listado de telenovelas latinoamericanas emitidas en Rumania y, a partir de éste, el recorrido a través de las producciones latinoamericanas más visionadas y de mayor éxito en este país mediante un estudio original desarrollado en esta tesis sobre la llegada de las telenovelas latinoamericanas y su recepción, han sido considerados necesarios para identificar elementos característicos que construyen dichos modelos, que sirven de guía para la producción de telenovelas nacionales. Entonces, la telenovela latinoamericana en Rumania no solo se revela como un medio lúdico de acercamiento al idioma español y a las culturas de los pueblos latinoamericanos, sino que también constituye un modelo para seguir por las productoras de telenovelas nacionales.

Por consiguiente, comprobamos que la telenovela rumana, precedida por *sitcoms* y seguida por *reality shows*, se empezó a producir a partir de modelos latinoamericanos de telenovela, pero ajustados a la realidad cultural y social del país. Más específicamente, a dichos modelos –mexicano y brasileño– se les añaden particularidades determinadas por factores culturales, étnicos y sociales específicos al país. Si inicialmente, en una primera fase, se observa cierto acercamiento entre los modos de producción mexicanos y rumano y ulteriormente, en una segunda fase, rastreamos la influencia del modelo brasileño de telenovela en Rumania, durante una tercera fase, la telenovela rumana adquiere independencia tanto con respecto a los modos de producción que a la temática. La aportación de la tesis en este sentido se concretiza a través del establecimiento de una periodización en la producción, según las características que comparten las telenovelas identificadas en cada fase, señalando en

cada caso los elementos de adaptación local y de hibridismo, y dedicando particular atención a las problemáticas sociales de las que tratan. También destaca en esta tesis la investigación original que se encuentra a base de la elaboración del primer catálogo completo de la producción de telenovelas en Rumania con sus respectivas estructuras de producción, del *star-system* y de la recepción.

El éxito de las telenovelas rumanas a nivel nacional constituyó una incentivo que estimuló el interés de otros países de Europa Central y del Este y del resto del mundo para comprarlas, exportando de esta forma aspectos de la realidad rumana traducidos en imágenes de ficción y haciéndolos conocer internacionalmente.

A través de sus telenovelas, los países de Europa Central y del Este se inscriben en el circuito de la transnacionalización de la ficción televisiva, cuyas pautas son marcadas por el fenómeno de la globalización. Las producciones de esta región de Europa, concebidas a nivel nacional según el modelo de las telenovelas latinoamericanas –importadas especialmente por razones económicas durante la fase incipiente de las transiciones a la democracia, aportan su riqueza al mundo de la ficción televisiva seriada, inscribiéndose en la misma línea que los *soap operas* y que las telenovelas latinoamericanas mismas.

Concluimos afirmando que la presente investigación pretendió ofrecer una cartografía sin precedente de las nuevas tendencias relativas a las producciones de telenovelas en el periodo de las transiciones post-comunistas en Europa Central y del Este, con enfoque en el caso de Rumania, que resultó ser particular frente al de los demás países, a través de la componente propia de la latinidad dentro de un entorno predominantemente eslavo. Estas tendencias, tímidas en un periodo incipiente, llegaron a generar, con el paso del tiempo, una verdadera industria en algunos países post-comunistas, que fue explorada aquí. Confiamos en que este trabajo irá dejando su huella dentro del campo de la producción de ficción televisiva y que aportará su contribución para nuevos estudios sobre la producción de ficción televisiva seriada en los países de Europa Central y del Este.

Anexos

ANEXO 1* Canales públicos y privados en Rumania

Canal	Grupo mediático	Fecha de inicio	Público/Privado	Tipo de licencia	Género	Acceso
Acasa Gold	CMA	2012	Privado	Cable y/o satélite	Entretenimiento	Pago
Acasa TV	CMA	1998	Privado	Cable y/o satélite	Estilo de vida/tiempo libre	Pago
Antena 1	Intact Media Group	1993	Privado	Análoga terrestre	Generalista	Gratuito
Antena 2	Intact Media Group	2007	Privado	Cable y/o satélite	Entretenimiento	Gratuito
Antena 3	Intact Media Group	2005	Privado	Digital terrestre	Noticias	Gratuito
Antena Internacional (Antena 5)	Intact Media Group	2006	Privado	Cable y/o satélite	Variedades internacionales y cultura	Gratuito
B1 TV	NEWS Television SRL	2002	Privado	Digital terrestre	Entretenimiento	Gratuito
Digi 24	RCS & RDS SA	2012	Privado	Cable y/o satélite	Noticias	Pago
Euforia Lifestyle TV (Antena 4)	Intact Media Group	2006	Privado	Cable y/o satélite	Estilo de vida/tiempo libre	Gratuito
GSP TV	Intact Media Group	2008	Privado	Cable y/o satélite	Deportes	Pago
Kanal D	Dogan Media Internacional	2007	Privado	Digital terrestre	Generalista	Gratuito
Kiss TV	SBS Broadcasting Group	2006	Privado	Cable y/o satélite	Música	Gratuito
N24	ABC Plus Media	2000	Privado	Digital terrestre	Noticias	Gratuito

National TV	ABC Plus Media	No disponible	Privado	Cable y/o satélite	Generalista	Gratuito
PRIMA TV	SBS Broadcasting Group	1997	Privado	Digital terrestre	Generalista	Gratuito
Pro Cinema	CMA	2004	Privado	Cable y/o satélite	Películas	Pago
PRO TV	CMA	1995	Privado	Análoga terrestre	Generalista	Gratuito
PRO TV Internacional	CMA	2000	Privado	Cable y/o satélite	Lingüística internacional y cultura	Gratuito
Realitatea TV	Realitatea Catavencu SA	2002	Privado	Cable y/o satélite	Noticias	Pago
Romantica	Realitatea Catavencu SA	No disponible	Privado	Cable y/o satélite	Entretenimiento	Pago
Sport.ro	CMA	2003	Privado	Cable y/o satélite	Deportes	Pago
The Money channel	Realitatea Catavencu SA	No disponible	Privado	Cable y/o satélite	Negocios	Gratuito
TVR1	TVR Televisión Rumana	1957	Pública	Análoga terrestre	Generalista	Gratuito
TVR2	TVR Televisión Rumana	1972	Pública	Análoga terrestre	Generalista	Gratuito
TVR3	TVR Televisión Rumana	2008	Pública	Cable y/o satélite	Generalista	Gratuito
TVR Cultural	TVR Televisión Rumana	2000	Pública	Cable y/o satélite	Cultura	Gratuito
TVR HD	TVR Televisión Rumana	2009	Pública	Digital terrestre	Generalista	Gratuito
TVR Internacional	TVR Televisión Rumana	1995	Pública	Cable y/o satélite	Lingüística internacional y cultura	Gratuito
TVR News	TVR Televisión Rumana	2008	Pública	Digital terrestre	Noticias	Gratuito

* Canales públicos y privados en Rumania a la fecha 15 de abril de 2013. Elaboración propia a partir de la fuente: *TV Market in Romania*, Database of TV companies and TV channels in the European Union and candidate countries (MAVISE), <http://mavise.obs.coe.int/country?id=31>

ANEXO 2
Telenovelas latinoamericanas emitidas en Rumania*

ACASA TV (1998-2011)

Título	Número de capítulos	Año de producción, productora y país	Año de transmisión en Rumania	Intervalo horario de emisión en Rumania	Audiencias a nivel nacional		
					Rtg(000)	Rtg%	Shr%
7 păcate / Sie7e pecados	150	2007-2008, Rede Globo, Brasil	2010-2011	23:19-24:18	85	0,4	2
90 60 90 Fotomodele / 90 60 90 Modelos	152	1996-1997 Telearte, Argentina	2001-2002	22:15-23:01	60	0,3	3
Alguna vez tendremos alas	130	1997, Televisa, México	1998	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Amanda Ô / Amanda Ô	19	2008, DoriMedia, Argentina	2009	20:28-21:29	111	0,5	1,5
Amazoana / Niña amada mía	108	2003, Televisa, México	2003-2004	18:02-18:56	503	2,6	7,3
Amazonia / Amazonia de Galvez a Chico Mendes	44	2007, Rede Globo, Brasil	2008	22:56-23:56	145	0,7	2,6
Amor de cățel / Perro amor	112	1998, Cenpro Televisión, Colombia	2002	18-13-19:12	256	1,4	4,8
Amor gitano	55	1999, Televisa, México	1999	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Amor latino	100	2000, Central Park Producciones, Argentina	2001-2002	17:29-18:16	283	1,5	5,7
Amor real	103	2003, Televisa, México	2003	21:18-22:13	749	3,8	11,4
Amy, fetița cu ghiozdanul albastru / Amy, la niña de la mochila azul	114	2004, Televisa, México	2005-2006	12:44-13:38	216	1,1	5,8
Angela	78	1998, Televisa, México	1999	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

Anita / Anita no te rajes	138	2004, Telemundo, Estados Unidos	2005	21:55-22:53	558	2,9	8,8
Antonella	165	1993, Canal 13, Argentina	1998	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Aurora	110	2010, Telemundo, Estados Unidos	2011	22:34-13:32	218	1,1	3,6
Bandiții / Los plateados	148	2005, Telemundo, Estados Unidos	2005-2006	15:57-16:50	612	3	13,2
Bărbatul visurilor mele / Amor a palos	126	2005-2006, RCTV, Venezuela	2006	23:18-24:21	156	0,8	4
Bellissima	180	2005-2006, Rede Globo, Brasil	2008-2009	20:43-21:43	90	0,4	2
Betty cea urâta din New York / Ugly Betty	29	2009-2010, ABC, Estados Unidos	2007-2010	21:47-22:46	139	0,7	1,8
Betty cea urâta / Yo soy Betty, la fea	112	2000, RCN Televisión, Colombia	2001-2002	20:20-21:07	804	4,4	10,3
Cameleonii / Camaleones	135	2009, Televisa, México	2010	19:29-20:27	346	1,7	4,5
Cântec de iubire / Alborada	90	2005, Televisa, México	2006	21:40-22:37	746	3,7	8,4
Căutând-o pe Elisa / ¿Dónde está Elisa?	100	2010, Telemundo, Estados Unidos	2011	21:22-22:19	302	1,5	3,3
Cealalta față a Analiei / El rostro de Analía	178	2008, Telemundo, Estados Unidos	2010-2011	21:27-22:24	333	1,6	4,2
Cealaltă femeie / La otra	89	2002, Televisa, México	2003	17:52-18:46	352	1,8	8,6
Cele două fețe ale Anei / Las dos caras de Ana	120	2006, Televisa, México	2007-2008	18:32-19:30	504	2,6	6,6
Celebritate / Celebridade	178	2003, Rede Globo, Brasil	2006-2007	17:45-18:43	133	0,7	3,5
Celeste / Celeste, siempre Celeste	172	1991, Canal 13, Argentina	1999	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Ciocolată cu piper / Chocolate com pimenta	139	2003, Rede Globo, Brasil	2004-2005	22:02-23:14	515	2,7	8
Clase 406	262	2002, Televisa, México	2010-2011	14:44-15:43	136	0,7	3,4
Clona / O Clone	250	2001-2002, Rede Globo, Brasil	2002-2003	21:56-22:52	1058	5,5	14,2

Copilul adus de mare / El niño que vino del mar	95	1999, Televisa, México	2000	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Cucerirea / A muralha	35	2000, Rede Globo, Brasil	2003	22:23-23:33	233	1,2	5
Cuibul de vipere / Cobras y lagartos	140	2006, Rede Globo, Brasil	2010	23:04-24:04	113	0,6	2,1
Culoarea păcatului / El color del pecado	160	2004, Rede Globo, Brasil	2005	22:25-23:25	386	2	7,1
Demon și înger / Más sabe el diablo	182	2009, Telemundo, Estados Unidos	2011	23:19-24:16	148	0,7	3,2
Destine furate / Acorralada	187	2007, Venevisión, Estados Unidos	2007	15:59-16:55	812	4,1	17,3
Doña Bárbara	191	2008 Telemundo, Colombia, Estados Unidos	2009-2010	19:32-20:28	442	2,2	5,7
Dorința / El deseo	68	2004, Telefe, Argentina	2004-2005	23:56-24:49	93	0,5	2,9
Dragoste nebună / Locura de amor	97	2000, Televisa, México	2001-2002	16:23-17:16	140	0,8	4,4
Dreptul la viață / El derecho de nacer	112	2001, Televisa, México	2001	15:59-16:46	124	0,7	4,7
Duelul pasiunilor / Duelo de pasiones	125	2006, Televisa, México	2007	16:00-16:59	408	2,1	13,7
Ecomoda	28	2001, RCN Televisión, Colombia	2002	19:27-20:23	338	1,8	5,9
Esmeralda	137	1997, Televisa, México	2010-2011	16:10-17:09	563	2,8	10,4
Extravaganta Anastasia / Estrambótica Anastasia	146	2004, RCTV, Venezuela	2004-2005	23:36-24:32	155	0,8	4,9
Fara sâni nu exista paradis / Sin senos no hay paraíso	137	2008, RTI Colombia, Colombia	2009	21:22-22:30	334	1,6	4,9
Femei îndragostite / Mulheres apaixonadas	112	2003, Rede Globo, Brasil	2004	22:10-23:36	342	1,8	6,5
Femei înșelate / Mujeres engañadas	40	1999-2000, Televisa, México	2001-2002	18:06-19:19	312	1,7	6,6
Femeia vieții mele / La mujer	17	1998, Venevisión,	2001	9:10-12:24	195	1,1	9,3

de mi vida		Venezuela y Fonovideo, Estados Unidos					
Fiorella / Pobre Diabla	92	2000, América Producciones, Perú	2002	16:05-17:35	144	0,8	5,4
Focul iubirii / Fuego en la sangre	200	2008, Televisa, México	2009	18:41-19:38	253	1,2	5,4
Fructul oprit / Mi pecado	110	2009, Televisa, México	2010-2011	19:30-20:26	417	2,1	4,6
Gitanas	162	2004, Argos Comunicación, México Telemundo, Estados Unidos	2005	18:26-19:23	640	3,3	8,7
Guadalupe	250	1984, Televisa, México	1998	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Hoțul de inimi / Ladrón de corazones	138	2003 Argos Comunicación, México Telemundo, Estados Unidos	2003-2004	16:17-17:10	221	1,2	5,2
Impostoarea / Querida enemiga	110	2008, Televisa, México	2011	15:29-16:30	236	1,2	6,6
India / Caminho das Indias	160	2008, Rede Globo, Brasil	2010	22:49-23:49	208	1	3,9
Inimă sălbatică / Corazón salvaje	80	1993, Televisa, México	2002-2003	19:55-20:46	616	3,2	6,6
Inimă sălbatică / Corazón salvaje	114	2009, Televisa, México	2011	17:24-18:21	248	1,2	6,1
Inocența furată / Inocente de ti	130	2004, Univisión, Estados Unidos	2005	18:54-19:51	731	3,8	11,1
Intrusa / La intrusa	123	2001, Televisa, México	2001-2002	20:15-21:04	764	4,1	8,9
Iubire cu chip rebel / Cuidado con el ángel	187	2008, Televisa, México	2008-2009	18:57-19:54	744	3,7	9,9
Iubire cu două fețe / Amor descarado	125	2003, Telemundo, Estados Unidos	2003-2004	23:05-24:00	258	1,4	6,5
Iubire de mamă / Corazón partido	90	2005, Argos Comunicación, México Telemundo, Estados Unidos	2007	15:56-16:54	497	2,5	12,4
Iubire fără de păcat / Sin	77	2001, Televisa, México	2002-2003	18:43-19:36	289	1,5	5,1

pecado concebido							
Iubire fără limite / Por amor	65	1997-1998 Rede Globo, Brasil	2001	13:35-15:18	91	0,5	4,7
Iubire fără machiaj / Amor sin maquillaje	26	2007, Televisa, México	2007-2008	15:40-16:33	319	1,6	5,5
Iubire târzie / Piel de otoño	90	2004, Televisa, México	2006	16:00-16:52	626	3,1	13,7
Iubirea mea, păcatul / Amarte es mi pecado	94	2004, Televisa, México	2005	15:59-16:51	417	2,2	11,5
Iubiri / Amores de mercado	120	2006 RTI Colombia, Colombia Telemundo, Estados Unidos	2007	15:35-16:35	417	2,2	13,4
Împotriva destinului / Contra viento y marea	130	2005, Televisa, México	2005-2006	18:58-19:53	924	4,6	9,9
Împreună pentru totdeauna / Mañana es para siempre	160	2008, Televisa, México	2010	18:30-19:29	307	1,5	6,4
În numele iubirii / En nombre del amor	170	2008, Televisa, México	2009-2010	18:25-19:23	487	2,4	5,8
Încă te mai iubesc / Te sigo amando	97	1996-1997, El canal de las Estrellas, México	1998	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Îndoiala / La duda	81	2002, TV Azteca, México	2004	14:46-15:47	224	1,2	6,1
Îngel rebel / Angel rebelde	217	2004, Venevisión, Venezuela y Fonovideo, Estados Unidos	2004	18:23-19:20	544	2,8	9,1
Îngerașii / Vivan los niños	83	2002, Televisa, México	2002-2003	17:16-17:58	278	1,4	4,8
Îngerașul / Carita de ángel	127	2000, Televisa, México	2001-2002	12:56-14:13	253	1,4	8,6
Îngerul nopții / Mariana de la noche	134	2003, Televisa, México	2004	18:51-19:43	477	2,6	7,7
Între iubire și ură / Entre el amor y el odio	126	2002, Televisa, México	2002	18:00-18:55	463	2,4	10,2
Jesús / Jesús el heredero	161	2004, Central Park Productions, Argentina	2005	15:59-16:50	181	0,9	6,2
Juana / Juana la Virgen	153	2002, RCTV, Venezuela	2003	22:18-23:11	549	2,8	9

Jurământul / Pasión de gavilanes	199	2004, Telemundo, Estados Unidos	2004	21:36-22:29	632	3,3	12,9
Kachorra, micuța impotoare / Kachorra	146	2002, Telefe y RGB Entertainment, Argentina	2002-2003	19:18-20:14	235	1,2	3,4
Kassandra / Kassandra	118	1991, RCTV International, Venezuela	2011	20:50-22:07	377	1,9	5,5
La tormenta / La tormenta	215	2005, RTI Colombia, Colombia	2006	19:36-20:36	899	4,4	12,3
Legământul / El juramento	106	2008, Telemundo, Estados Unidos	2010	16:33-17:33	276	1,4	7,1
Legături de iubire / Lazos de amor		1995-1996, Televisa, México	1999	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Legături de familie / Laços de familia	151	2000, Rede Globo, Brasil	2004	21:37-22:37	676	3,6	9,4
Luciana y Nicolás	65	2003-2004, Alomi Producciones, Perú	2004	15:41-17:12	370	1,9	14,3
Luisa Fernanda	36	1999, RCTV, Venezuela	2000	9:02-11:48	120	0,7	3,8
Luna fermecată / Madre luna	141	2007, RTI Colombia, Colombia Telemundo, Estados Unidos	2008	16:01-16:57	356	1,8	10
Luna / Luna, la heredera	120	2004, Caracol Televisión, Colombia	2005	17:07-18:05	284	1,5	8,2
Luz Maria / Luz María	177	1998, América Producciones, Perú	2003-2004	17:56-18:48	415	2,1	7
Luz Clarita / Luz Clarita	70	1996-1997, Televisa, México	1999	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Mama vitregă / La madrastra	119	2005, Televisa, México	2005	20:20-21:17	835	4,3	13,1
Mama vitregă-Dupa 10 ani / La madrastra... años después	2	2005, Univisión, Estados Unidos	2005	19:59-21:00	996	5,2	15,3
Maria Belen	90	2001, Televisa, México	2002	17:48-18:39	201	1,1	5,3
María Isabel / Si tu superas, María Isabel	60	1997-1998, Televisa, México	2000	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

María la del Barrio	88	1995-1996, Televisa, México	1998	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Marilena	228	1992, Telemundo, Estados Unidos	1998	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Marimar	75	1994, Televisa, México	1999	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Marina	169	2006-2007, Argos Comunicación, México Telemundo, Estados Unidos	2008	16:00-16:54	601	3	16,6
Mariú	51	1999-2000, RCTV, Venezuela	2002	20:57-21:45	251	1,4	4,1
Mi pequeña traviesa	100	1997-1998, Televisa, México	1999	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Micuța domnișoară / Sinha moça	134	2006, Rede Globo, Brasil	2009	18:21-19:23	227	1,1	3,3
Micuța mea mama / Mi pequeña mamá	21	2002, Telemundo y RTI Colombia, Colombia	2003-2004	23:27-23:52	165	0,9	6,4
Micuțele doamne / Mujercitas	104	1999, Venevisión, Venezuela	2002	13:40-14:32	79	0,4	3,5
Micuțul Frijolito / Amarte así	119	2005, Telemundo, Estados Unidos	2005	15:49-16:46	418	2,2	15,6
Milady	n/d	1998, Sonotex SA, Argentina	1999	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Minciuna / La mentira	98	1998, Televisa, México	1999	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Miracolul iubirii / Travesuras del corazón	22	1998, Iguana Producciones, Perú	2001	13:32-15:01	61	0,3	3,4
Montecristo	144	2006, Telefe, Argentina	2007-2008	23:28-24:32	117	0,6	3,3
Moștenitorii / Los herederos del monte	56	2011, Telemundo, Estados Unidos	2011	19:30-20:29	208	1	4,2
Muñeca brava	270	1998-1999 Telefe, Argentina	1999	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Nimic personal / Nada personal	270	1996-1997, Argos Comunicación, México	1998	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

O lume a fiarelor / Mundo de fieras	120	2006, Televisa, México	2006-2007	22:42-23:43	354	1,8	6
O mare de pasiune / Mar de amor	164	2009-2010, Televisa, México	2010-2011	18:30-19:28	400	2	5,4
Omul mării / Hombre de mar	119	1997, Canal 13, Argentina	1998	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Onoare și noblețe / Pura sangre	104	2007-2008 RCN Televisión Colombia	2008	16:01-16:59	276	1,4	8
Pădurea blestemată / Mujer de madera	200	2004-2005 Televisa, México	2004-2005	16:05-16:16:57	503	2,6	12,3
Pagini de viață / Páginas da vida	151	2006-2007, Rede Globo, Brasil	2008	22:49-23:47	204	1	3,9
Paradisul blestemat / Tormenta en el paraíso	185	2007-2008, Televisa, México	2009-2010	16:15-17:11	377	1,9	7,1
Pariul iubirii / Apuesta por un amor	130	2004-2005, Televisa, México	2005	18:43-19:38	401	2,1	9,1
Pasiune / Pasión	95	2007-2008, Televisa, México	2007-2008	20:41-21:36	582	3	6,6
Pe cuvânt de femeie / Palabra de mujer	145	2007-2008, Televisa, México	2008-2009	19:18-20:12	281	1,4	3,5
Pe tocurile Evei / En los tacones de Eva	158	2006-2008, RCN Televisión, Colombia	2008-2009	23:14-24:12	152	0,8	3,4
Pelegrina	100	2005-2006, Televisa, México	2006	16:20-17:17	483	2,4	12,7
Perla, cărările iubirii / Las vías del amor	220	2002, Televisa, México	2002-2003	18:05-18:59	443	2,3	7,6
Pisica sălbatică / Gata salvaje	252	2002-2003, Venevisión y Fonovideo, Venezuela	2003	19:50-20:42	594	3,1	10,1
Preciosa	88	1998, Televisa, México	1999	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Predestinați / Sortilegio	90	2009, Televisa, México	2010	20:29-21:29	366	1,8	5,7
Prima dragoste / Primer amor	93	2000-2001, Televisa, México	2001	19:10-19:49	393	2,1	5,4
Privilegiul de a iubi / El	155	1998-1999, Televisa,	1998-1999	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

privilegio de amar		México					
Prizoniera / Prisionera	180	2004, RTI Colombia, Colombia y Telemundo, Estados Unidos	2004-2005	20:21-21:19	806	4,2	11,8
Profu' / El profe Franco Buenaventura	175	2002, Telefe, Argentina	2002-2004	20:39-21:30	96	0,5	2,6
Ramona	36	2000, Televisa, México	2001-2002	13:32-14:56	120	0,4	4,6
Rățușca cea urâtă / Patito feo	155	2007-2008, Canal 13, Argentina	2007-2008	19:32-20:28	481	2,5	6,2
Raza de lumină / Rayito de luz	52	2000, Televisa, México	2001-2003	15:35-16:08	166	0,9	2,9
Răzbunarea Victoriei / Olvidarte jamás	118	2005, Venevisión Internacional, Estados Unidos	2007	15:59-17:02	456	2,4	14,3
Răzbunarea / La venganza	127	2002-2003, RTI Colombia, Colombia y Telemundo, Estados Unidos	2003	22:40-23:34	629	3,2	11,3
Rebelde / Rebelde	440	2004-2006, Televisa, México	2006-2007	18:49-19:47	385	1,9	6,4
RBD, Familia	13	2007, Televisa, México	2007	20:28-21:32	257	1,3	3,9
Rosalinda	80	1999, Televisa, México	1999	n/d	n/d	n/d	n/d
Rubí	113	2004, Televisa, México	2005	20:26-21:22	902	4,7	10,1
Sos viața mea / Sos mi vida	228	2006-2007, Canal 13, Argentina	2006-2007	18:18-19:17	288	1,5	4,3
Să iubești din nou / Amar otra vez	110	2003, Televisa, México	2004	18:35-19:28	430	2,2	10,7
Salomé	151	2001-2002, Televisa, México	2002	21:57-22:49	1066	5,7	14,8
Sânge din sângele meu / Sangue do meu sangue	275	1995-1996, SBT, Brasil	2001-2002	20:21-20:50	36	0,2	2,5
Șapte femei / A Casa das Sete Mulheres	53	2003, Rede Globo, Brasil	2004	16:56-17:50	231	1,2	6,4

Săracii tineri bogați / Niños ricos, pobres padres	131	2009-2010, RTI Colombia, Colombia y Telemundo, Estados Unidos	2010	19:30-20:27	233	1,1	4,3
Secretul iubirii / Secreto de amor	151	2001, Venevisión, Venezuela y Fonovideo, Estados Unidos	2002-2003	20:04-20:56	526	2,7	6,2
Seduție / Amantes de luna llena	54	2000-2001, Venevisión, Venezuela	2001-2002	19:44-20:53	280	1,5	3,9
Singură și disponibilă / Solterita y a la orden	29	2001, Teleset, Colombia y Telemundo, Estados Unidos	2002-2003	22:13-23:04	199	1	2,9
Stăpâna destinului / Senhora do destino	181	2004-2005, Rede Globo, Brasil	2006	23:21-24:22	318	1,6	7,9
Stăpâna / Soy tu dueña	146	2010, Televisa, México	2011	19:33-20:31	247	1,2	4,6
Sub cerul în flăcări / Cielo rojo	165	2011, TV Azteca, México	2011	18:27-19:33	191	0,9	4,6
Suflet rățacit / Bella calamidades	140	2010, RTI Colombia, Colombia y Telemundo, Estados Unidos	2011	18:31-19:29	339	1,7	5,9
Suflete pereche / Bajo la misma piel	95	2003, Televisa, México	2004	16:29-17:22	308	1,6	10
Suflete rănite / Heridas de amor	130	2006, Televisa, México	2006-2007	15:43-16:42	460	2,4	11,5
Taina din adâncuri / El manantial	95	2001-2002, Televisa, México	2002	19:05-19:55	345	1,8	7,5
Tărâmul pasiunii / Tierra de pasiones	172	2006, Telemundo, Estados Unidos	2006	22:03-23:07	444	2,2	6,7
Te voi învăța să iubești / Te voy a enseñar a querer	129	2005, RTI Colombia, Colombia y Telemundo, Estados Unidos	2005	19:13-20:07	530	2,8	8,3
Tequila cu suflet de femeie / Destilando amor	159	2007, Televisa, México	2007	19:25-20:28	458	2,4	9,1
Teresa	152	2010, Televisa, México	2011	19:29-20:29	262	2,3	6,2

Terra nostra	101	1999, Rede Globo, Brasil	2001	22:12-23:06	733	4	12,1
Toantele nu merg în rai / Las tontas no van al cielo	140	2008, Televisa, México	2008-2009	22:33-23:29	301	1,5	4,7
Totul despre Camila / Todo sobre Camila	112	2003, Iguana Producciones, Perú y Venevisión, Venezuela	2003-2004	16:52-17:43	270	1,4	6,9
Totul sau nimic / Nuevo rico, nuevo pobre	158	2007, Canal Caracol, Colombia	2008	19:25-20:23	273	1,4	5,3
Trădarea / La traición	71	2008, RTI Colombia, Colombia y Telemundo, Estados Unidos	2008	20:29-21:56	386	2	6,1
Trei femei / Tres mujeres	275	1999-2000, Televisa, México	2000	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Triumful dragostei / El triunfo del amor	176	2010-2011, Televisa, México	2011	20:30-22:01	465	2,3	6
Trupul dorit/El cuerpo del deseo	133	2005, Telemundo, Estados Unidos	2005-2006	22:00-23:01	736	3,7	9,4
Ultima vară / El último verano	80	1996, Canal 13, Argentina	1998	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Umbrele trecutului / Pecados ajenos	167	2007, Telemundo, Estados Unidos	2008-2009	16:34-17:28	247	1,2	5
Uzurpatoarea / La usurpadora	103	1998, Televisa, México	2005-2006	9:42-10:35	268	1,4	9,4
Văduva Blanco / La viuda de blanco	159	2006, RTI Colombia, Colombia y Telemundo, Estados Unidos	2007	16:01-17:04	502	2,6	12,4
Valentina, grăsuța mea frumoasă / Mi gorda bella	179	2002, Radio Caracas Televisión, Venezuela	2003-2004	19:27-20:20	594	3,1	7,1
Valeria	174	2008, Venevisión, Venezuela	2009	15:53-16:53	304	1,5	8,5
Vei fi a mea, Paloma / Cuando seas mía	238	2001-2002, TV Azteca, México	2002	18:25-19:19	460	2,5	8,8
Victoria	171	2007, RTI Colombia,	2008	18:33-19:27	386	2	8,5

		Colombia y Telemundo, Estados Unidos					
Visuri fără preț / Soñar no cuesta nada	191	2006, CMO Producciones, Colombia	2006	16:06-17:05	444	2,2	14,9
Zorro / Zorro, la espada y la rosa	123	2007, RTI Colombia, Colombia y Telemundo, Estados Unidos	2007	21:25-22:26	520	2,7	7,2

ANTENA 1 (2001-2011)

Título	Número de capítulos	Año de producción, productora y país	Año de transmisión en Rumania	Intervalo horario de emisión en Rumania	Audiencias a nivel nacional		
					Rtg(000)	Rtg%	Shr%
Capcanele destinului / Cosas del amor	62	1999, América Producciones, Perú	2001	n.d.	24	0,2	16,3
Casa de pe plajă / La casa en la playa	57	2000, Televisa, México	2001	n.d.	24	0,2	12,8
Îmbrățișări pătimase / Abrazame muy fuerte	49	2000-2001, Televisa, México	2002	n.d.	121	1,2	10,1
Isabella/Isabella, mujer enamorada	100	1999, América Producciones, Perú	2002	n.d.	442	4,1	16,7
Ispita / The baby sister	155	2000, Teleset, Colombia	2002	n.d.	215	2	9,8
Labirintul pasiunii / Laberintos de pasión	47	1999, Televisa, México	2001	n.d.	142	1,5	16,4
Legea iubirii / Ley del amor	24	2007, Telefe, Argentina	2008	n.d.	111	1	4,7
Maria Emilia / Querida María Emilia	39	2000, América Producciones, Perú	2001	n.d.	750	7,7	36,1
Milagros	89	2000, América Producciones, Perú	2001	n.d.	645	6,3	23,7
Păcatul / Angélica pecado	76	2000, RCTV, Venezuela	2003	n.d.	245	2,2	10,3

Scandalul / El escándalo	67	1997, Iguana Producciones y Frecuencia Latina, Perú	2001	n.d.	28	0,3	14,3
Soledad / Soledad	128	2001, América Producciones, Perú	2002	n.d.	447	4,2	17,3
Suflet rebel / Alma rebelde	99	1999, Televisa, México	2001	n.d.	37	0,4	13,7
Te voi iubi mereu / Siempre te amaré	106			n.d.	124	1,2	11,3
Yago / Yago, pasión morena	154	2001-2002, Telefe, Argentina	2003	n.d.	348	3,1	14,3

EUFORIA (2006-2011)

Título	Número de capítulos	Año de producción, productora y país	Año de transmisión en Rumania	Intervalo horario de emisión en Rumania	Audiencias a nivel nacional		
					Rtg(000)	Rtg%	Shr%
Femeia din oglindă / La mujer en el espejo	305	2004, Colombia	2006-2008	n.d.	7	0,1	0,4
Iubire la foc mic / Te tengo en salsa	25	2006, Venezuela	2011	n.d.	3	0	0,2
Moștenitoarea / La trepadora	133	2008, Venezuela	2008	n.d.	4	0	0,2
Văduva mafiei / La viuda de la mafia	141	2005, Colombia	2006	n.d.	3	0	0,1

KANAL D (2007-2011)

Título	Número de capítulos	Año de producción, productora y país	Año de transmisión en Rumania	Intervalo horario de emisión en Rumania	Audiencias a nivel nacional		
					Rtg(000)	Rtg%	Shr%
Căsătorie din dragoste / Juanita la soltera	18	2006, Canal 13, Argentina	2007	n.d.	7	0,1	0,7
Colierul de smaralde / Collar	109	2006, Canal 13, Argentina	2007	n.d.	10	0,1	0,9

de esmeraldas							
Floricienta	57	2004, Canal 13, Argentina	2007	n.d.	7	0,1	0,7
Muzica inimii / La hija del mariachi	79	2006, RCN Televisión, Colombia	2008	n.d.	21	0,2	1,4

NATIONAL TV (2003-2011)

Título	Número de capítulos	Año de producción, productora y país	Año de transmisión en Rumania	Intervalo horario de emisión en Rumania	Audiencias a nivel nacional		
					Rtg(000)	Rtg%	Shr%
Bărbatul din vis / Se solicita principe azul	143	2005, Venevisión, Venezuela	2007	n.d.	13	0,1	0,6
Rebeca	163	2003, Venevisión y Fonovideo, Venezuela	2005	n.d.	92	0,9	4
Trădată / Engañada	260	2003, Venevisión, Venezuela y Univisión, Estados Unidos	2006	n.d.	39	0,4	1,8

ROMANTICA (2006-2011)

Título	Número de capítulos	Año de producción, productora y país	Año de transmisión en Rumania	Intervalo horario de emisión en Rumania	Audiencias a nivel nacional		
					Rtg(000)	Rtg%	Shr%
Dispute/Disputas	69	2003, Telefe, Argentina	2006-2009	n.d.	13	0,1	0,6
Dora, îngerul păzitor / Dora, la celadora	163	2004, Canal Caracol, Colombia	2006-2007	n.d.	5	0	0,2
E pentru ultima dată / Ni una vez más	133	2005, TV Azteca, México	2008-2010	n.d.	4	0	0,3
Escroci de familie bună / Cómplices	313	2008, Canal Caracol, Colombia	2009-2011	n.d.	3	0	0,1
Fata grădinarului / La hija del	539	2003, TV Azteca, México	2007-2011	n.d.	3	0	0,3

jardinero							
Femei fără prejudecăți / Sin vergüenza	294	2007, RTI Colombia, Colombia y Telemundo, Estados Unidos	2007-2009	n.d.	8	0,1	0,3
Frenezia iubirii / Más que amor frenesí	116	2001, Venevisión, Venezuela	2006-2007	n.d.	4	0	0,3
Gigolo amatori / Acompañantes	65	2009, Telefe, Argentina	2008-2011	n.d.	5	0	0,2
Gloria / Por amor a Gloria	412	2005, Canal Caracol, Colombia	2007-2011	n.d.	3	0	0,3
Îndrăgostita / Enamorada	67	1999, Venevisión, Venezuela y Fonovideo, Estados Unidos	2006-2007	n.d.	4	0	0,2
Lecții de viață / Vivir así	402	2002, TV Azteca, México	2006-2011	n.d.	4	0	0,2
Moșternirea / Fortuna de amor	208	2002, Central Park Producciones y Yair Dori International, Argentina	2006-2008	n.d.	3	0	0,2
Pocholo	239	2007, Canal Caracol, Colombia	2010-2011	n.d.	3	0	0,1
Revanșa / La revancha	393	2000, Venevisión, Venezuela y Fonovideo, Estados Unidos	2006-2009	n.d.	3	0	0,3
Tentații / Ídolos	262	2004-2005TVN, Chile	2007-2010	n.d.	4	0	0,3
Umbra Anitei / Presencia de Anita	138	2001-2003, Rede Globo, Brasil	2006-2010	n.d.	9	0,1	0,4
Vânătoarea de milionari / Cazando un millonario	111	2001, Iguana Producciones, Perú y Venevisión, Venezuela	2008-2010	n.d.	3	0	0,1
Viața dublă / Doble vida	405	2005, Endemol, Argentina	2008-2011	n.d.	5	0	0,2
Vinovatul / Culpable de este amor	836	2004, Telefe, Argentina	2007-2011	n.d.	3	0	0,2
Zdrențăroasa / Muñeca de	42	2000,	2006-2007	n.d.	5	0	0,3

trapo		Venevisión, Venezuela					
-------	--	-----------------------	--	--	--	--	--

TVR1 (2004-2011)

Título	Número de capítulos	Año de producción, productora y país	Año de transmisión en Rumania	Intervalo horario de emisión en Rumania	Audiencias a nivel nacional		
					Rtg(000)	Rtg%	Shr%
Don Juan îndrăgostit / Don Juan y su bella dama	173	2007-2008, Telefe, Argentina	2008	n.d.	46	0,4	2,1
Dovada de iubire / Prova de amor	127	2005-2006, Rede Record, Brasil	2010	n.d.	33	0,3	2,2
Isabel, în căutarea iubirii / Negra consentida	63	2004-2005, RCTV, Venezuela	2005	n.d.	102	0,9	8,9
Portul Miracolelor / Porto dos Milagres	53	2003, Rede Globo, Brasil	2004	n.d.	269	2,5	8,5
Sânge de țigan / Soy gitano	239	2003, Canal 13, Argentina	2004	n.d.	259	2,4	11,3
Sclava Isaura / Escrava Isaura	30	1976-1977, Rede Globo, Brasil	2008	n.d.	73	0,6	4,8

TVR2 (2004-2011)

Título	Número de capítulos	Año de producción, productora y país	Año de transmisión en Rumania	Intervalo horario de emisión en Rumania	Audiencias a nivel nacional		
					Rtg(000)	Rtg%	Shr%
Dovada de iubire / Prova de amor	20	2005-2006, Rede Record, Brasil	2008	n.d.	48	0,4	1,2
Maria Bonita	32	1995, RTI Colombia, Colombia	2005	n.d.	177	1,6	3,7
Moștenitoarea / La heredera	69	2004, TV Azteca, México	2005	n.d.	55	0,5	1,6
Sărută-mă prostule / Bésame tonto	117	2003, Venevisión, Venezuela y Frecuencia Latina, Perú	2005	n.d.	41	0,4	2,8
Sărutări furate / Besos	101	2004, Venevisión,	2006	n.d.	37	0,3	2,6

robados		Venezuela y Frecuencia Latina, Perú					
Soția lui Lorenzo / La mujer de Lorenzo	101	2003, Iguana Producciones, Perú y Venevisión, Venezuela	2005	n.d.	87	0,8	2,6
Rebelii / Rebelde way	255	2002-2003, Canal 9, Argentina	2004	n.d.	93	0,9	3,3
Rauzan	54	2000, R.T.I. y Caracol Televisión, Colombia	2004	n.d.	338	3,2	6,9

* Elaboración propia a partir de datos de audiencias proporcionados por *PRO TV S.A*, *Central European Media Enterprises*, Bucarest, Rumania.

Notas:

- 1) Por falta de datos de la programación televisiva en los archivos de las televisiones rumanas públicas TVR1 y TVR2, el listado de telenovelas correspondiente a estos canales contempla solo las telenovelas emitidas entre los años 2004-2011. En el caso de la TVR1, se puede observar una escasez de telenovelas latinoamericanas dentro de su programación, dado que este canal se ha orientado a partir de 2006 hacía la importación y emisión de telenovelas sur-coreanas.
- 2) En el caso del canal Acasa TV, entre los años 1998-2000 no existen registrados los horarios de transmisión y los datos de audiencia de las telenovelas transmitidas en este periodo. Por lo tanto, en las respectivas secciones, su ausencia será marcada con n.d. (no disponible).

ANEXO 3
Top 20 de las telenovelas latinoamericanas más visionadas en Rumania*
(2001-2011)

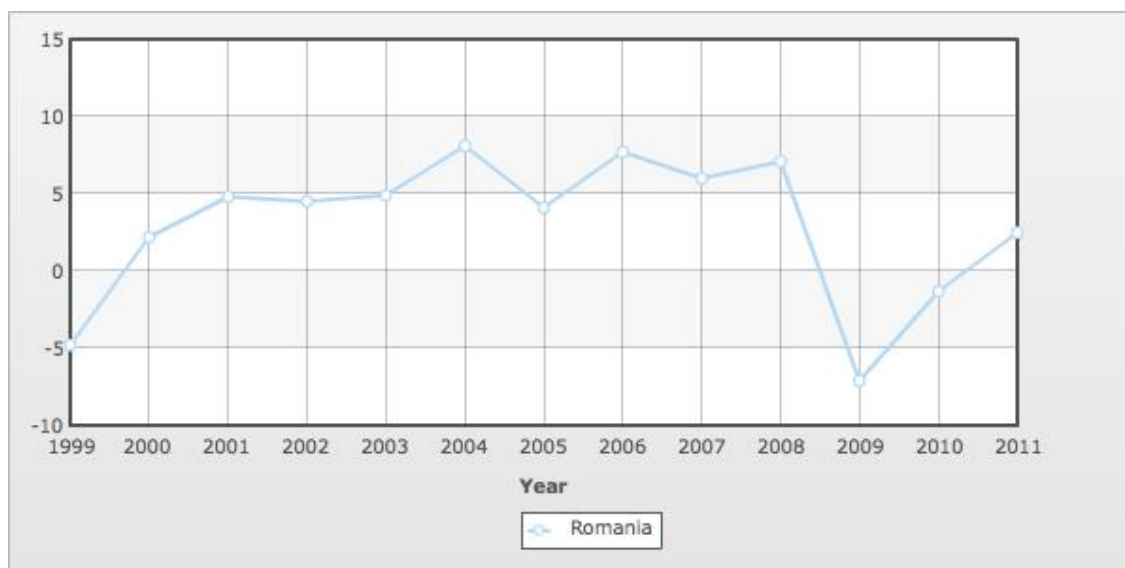
Título	Número de capítulos	Año de producción, productora y país	Año de transmisión en Rumania	Intervalo horario de emisión en Rumania	Audiencias a nivel nacional		
					Rtg(000)	Rtg%	Shr%
Salomé	151	2001-2002, Televisa, México	2002	21:57-22:49	1066	5,7	14,8
Clona / O clone	250	2001-2002, Rede Globo, Brasil	2002-2003	21:56-22:52	1058	5,5	14,2
Rubí	113	2004, Televisa, México	2005	20:26-21:22	902	4,7	10,1
Împotriva destinului / Contra viento y marea	130	2005, Televisa, México	2005-2006	18:58-19:53	924	4,6	9,9
La tormenta / La tormenta	215	2005, RTI Colombia, Colombia	2006	19:36-20:36	899	4,4	12,3
Betty cea urâta / Yo soy Betty, la fea	112	2000, RCN Televisión, Colombia	2001-2002	20:20-21:07	804	4,4	10,3
Mama vitregă / La madrastra	119	2005, Televisa, México	2005	20:20-21:17	835	4,3	13,1
Prizoniera / Prisionera	180	2004, RTI Colombia, Colombia y Telemundo, Estados Unidos	2004-2005	20:21-21:19	806	4,2	11,8
Destine furate / Acorralada	187	2007, Venevisión, Estados Unidos	2007	15:59-16:55	812	4,1	17,3
Intrusa / La intrusa	123	2001, Televisa, México	2001-2002	20:15-21:04	764	4,1	8,9
Terra nostra	101	1999, Rede Globo, Brasil	2001	22:12-23:06	733	4	12,1

Amor real	103	2003, Televisa, México	2003	21:18-22:13	749	3,8	11,4
Inocența furată / Inocente de ti	130	2004, Univisión, Estados Unidos	2005	18:54-19:51	731	3,8	11,1
Cântec de iubire / Alborada	90	2005, Televisa, México	2006	21:40-22:37	746	3,7	8,4
Iubire cu chip rebel / Cuidado con el ángel	187	2008, Televisa, México	2008-2009	18:57-19:54	744	3,7	9,9
Trupul dorit / El cuerpo del deseo	133	2005, Telemundo, Estados Unidos	2005-2006	22:00-23:01	736	3,7	9,4
Legături de familie / Laços de familia	151	2000, Rede Globo, Brasil	2004	21:37-22:37	676	3,6	9,4
Jurământul / Pasión de gavilanes	199	2004, Telemundo, Estados Unidos	2004	21:36-22:29	632	3,3	12,9
Iubire târzie / Piel de otoño	90	2004, Televisa, México	2006	16:00-16:52	626	3,1	13,7
Pisica sălbatică / Gata salvaje	252	2002-2003, Venevisión y Fonovideo, Venezuela	2003	19:50-20:42	594	3,1	10,1
Anita / Anita no te rajes	138	2004, Telemundo, Estados Unidos	2005	21:55-22:53	558	2,9	8,8

*Elaboración propia a partir de datos de audiencias proporcionados por PRO TV S.A, Central European Media Enterprises, Bucarest, Rumania.

ANEXO 4
La tasa de crecimiento del PIB % en Rumania para el periodo 1999-2011

1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
-4.8	2.2	4.8	4.5	4.9	8.1	4.1	7.7	6	7.1	-7.1	-1.3	2.5



Fuente: Index Mundi, *Romania GDP - real growth*, [ratehttp://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ro&v=66](http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ro&v=66) [Consulta: 3 junio 2013]

Evolución anual del PIB en Rumania		
Año	Volumen (millares de euros)	Variación (%)
1990	35,7	-5,6
1991	25,1	-12,9
1992	15,1	-8,7
1993	22,6	1,5
1994	25,3	3,9
1995	27,4	7,1
1996	28,2	3,9
1997	31,3	-6
1998	37,4	-4,8

1999	33,5	-1,1
2000	40,3	2,9
2001	44,9	5,5
2002	48,5	5
2003	52,6	5,2
2004	60,8	8,5
2005	79,3	4,1
2006	97,2	7,9
2007	112,1	6,2
2008	137,0	7,1
2009	116,3	-7,1
2010	119,8	-1,2
2011	136,6	+2,5

Fuente: “PIB-ul României: Evoluția Produsului Intern Brut – INS”, *Ziarul Financiar*, 15 noiembrie 2011, <http://www.zf.ro/zf-utile/pib-ul-romaniei-evolutia-produsului-intern-brut-ins-8264863> [Consulta: 3 junio 2013]

ANEXO 5
Telenovelas rumanas (2004-2011)*

Título	Número de capítulos	Productora	Año de producción/transmisión	Canal de emisión	Intervalo horario	Audiencias a nivel nacional		
						Rtg(000)	Rtg%	Shr%
Numai iubirea / Sólo el amor	100	<i>MediaPro Pictures</i>	2004-2005	Acasa TV	19:57-21:13	1425	7,4	17,1
Lacrimi de iubire / Lágrimas de amor	200	<i>MediaPro Pictures</i>	2005-2006	Acasa TV	20:29-21:30	1428	7,2	15,5
Secretul Mariei / El secreto de María	115	<i>Intact Media Group & La Dolce Vita</i>	2005-2006	Antena 1	22:00-23:00	610	5,5	16,8
Pacatele Evei/ Los pecados de Eva	46	<i>MediaPro Pictures</i>	2005-2006	Acasa TV	21:14-22:24	522	2,6	5,6
Iubire ca in filme / Amor de películas	200	<i>MediaPro Pictures</i>	2006-2007	Acasa TV	20:34-21:38	666	3,4	8,1
Vocea inimii / La voz del corazón	162	<i>Intact Media Group & La Dolce Vita</i>	2006-2007	Antena 1	18:00-19:00	313	2,9	13,4
Daria, iubirea mea / Daria, mi amor	120	<i>MediaPro Pictures</i>	2006-2007	Acasa TV	18:37-19:40	315	1,6	5
Inima de tigan / Corazón de gitano	155	<i>MediaPro Pictures</i>	2007-2008	Acasa TV	20:33-21:49	1686	8,6	19,4
Regina / La reina	160	<i>MediaPro Pictures</i>	2008-2009	Acasa TV	20:29-22:04	1916	9,6	21,5
Ingerasii / Los angelitos	175	<i>MediaPro Pictures</i>	2008-2009	Acasa TV	19:28-20:28	699	3,5	10,1
Aniela	111	<i>MediaPro Pictures</i>	2009-2010	Acasa TV	20:27-21:53	664	3,3	7,3
Fiicele marinarului /	70	<i>Intact Media Group &</i>	2009-2010	Antena 1	22:00-23:00	n/d	n/d	n/d

Las hijas del marinero		<i>Tandem/Family Film & Intact Media Group</i>						
Iubire si onoare / El honor de amar	140	<i>MediaPro Pictures</i>	2010-2011	Acasa TV	20:28-21:35	601	3	6,9
Narcisa salbatica / Narcisa la salvaje	149	<i>Tandem/Family Film & La Dolce Vita</i>	2010-2011	Antena 1	22:00-23:00	n.d.	n.d.	n.d.
Narcisa. Iubiri Nelegiuite / Narcisa. Amores ilegales	36	<i>Tandem/Family Film & La Dolce Vita</i>	2011-2012	Antena 1	22:00-23:00	n.d.	n.d.	n.d.

* Elaboración propia a partir de datos de audiencias proporcionados por *PRO TV S.A.*, *Central European Media Enterprises*, Bucarest, y por *Intact Media Group*, Bucarest, Rumania.

ANEXO 6

Sólo el amor (2004-2005)

Título original: *Numai iubirea*

Dirección: Iura Luncașu, Paul Sorin Damian

Guión: Eugen Patriche

Reparto: Alexandru Papadopol, Corina Danila, Oana Zavoranu, Bianca Neagu, Dan Bordeianu, Adela Popescu

Categoría: Drama romántico

Número de capítulos: 100

Duración: 60 min

Número temporadas: 2

Idioma: Rumano

Sinopsis: Ioana, Dan (Alexandru Papadopol) y Bianca (Bianca Neagu) vivían una vida feliz, hasta un día cuando la vida de Ioana ha sido interrumpida por un trágico accidente de tráfico. Pasados dos años, Bianca es una niña maravillosa, muy inteligente, pero triste por haberse criado sin madre. Dan se ha convertido mientras en un arquitecto conocido quién, sin embargo, no puede superar la dolorosa pérdida de su mujer. Junto al padre y a la hija se encuentra también Victor (Dan Bordeianu), el hermano pequeño de Dan, un artista bohemio.

Bianca y Dan están obligados a enfrentar juntos muchos obstáculos. Al principio aparece Andreea (Oana Zăvoranu), una mujer ambiciosa, sin escrúpulos, que quiere desesperadamente construir una carrera musical.

Aunque Bianca no soporta la idea de que su padre encuentre otra mujer, cuando conoce a Ana (Corina Dănilă), su profesora de inglés, una mujer guapa y modesta, la niña cambia de opinión e intenta acercarse a los dos.

Página oficial: <http://numaiiubirea.acasatv.ro/foto/>

Producción: Ruxandra Ion, Andrei Boncea

Productora: MediaPro Pictures

Distribudora: MediaPro Distribution

Fuente: <http://ro.mediapropictures.com/productii-tv/promance/prime-time-long-running-series/tv-numai-iubirea-3126091> [Consulta: 10 diciembre 2013]

ANEXO 7

Lágrimas de amor (2005-2006)

Título original: *Lacrimi de iubire*

Dirección: Iura Luncașu, Bogdan Dumitrescu

Guión: Eugen Patriche

Reparto: Adela Popescu, Dan Bordeianu, Nicole Gheorghiu, Lucian Viziru, Constantin, Carmen Tănase

Categoría: Drama romántico

Número de capítulos: 200

Duración: 60 min

Número temporadas: 2

Idioma: Rumano

Sinopsis: La familia Varlam es una de las familias más ricas de Rumania. Grigore Varlam (Constantin Cotimanis), el cabeza de la familia es un hombre de negocios que ha hecho fortuna. El se ha vuelto a casar con Simona (Carmen Tănase), así cumpliendo con su sueño de vivir confortablemente, en un chalet lujoso. Mihai (Lucian Viziru), el hijo de Simona del primer matrimonio es un chico tímido, de principios, que vuelve de hacer una especialización en el extranjero. Los padres desean casarle con Sonia (Nicoleta Luciu), que viene de una familia llevada por las relaciones de poder. Otro de los personajes principales es Andrei Popa (Dan Bordeianu), estudiante de Teatro, quién adora a su madre, Ángela (Cezara Dafinescu) con quién vive en la misma casa. Ellos se desenvuelve bastante bien, a pesar de que Anghel (Gheorghe Visu), el padre de Andrei, haya dejado a la familia. Alexandra (Adela Popescu) es ella también estudiante. Vive en Cluj, sobre todo debido a que Amalia (Elvira Deatcu), la nueva mujer de su padre ha conseguido tomar las riendas de los negocios familiares. Este es solo el principio de una historia compleja, en la que las pasiones y los intereses se enfrentan poderosamente.

Página oficial: <http://www.lacrimideiubire.ro>

Producción: Ruxandra Ion

Productora: MediaPro Pictures

Distribudora: MediaPro Distribution

Fuente: <http://ro.mediapropictures.com/productii-tv/promance/prime-time-long-running-series/tv-lacrimi-de-iubire-3126069> [Consulta: 10 diciembre 2013]

ANEXO 8

El secreto de María (2006-2006)

Título original: *Secretul Mariei*

Dirección: Patricia Veber

Guión: Claudio Lacelli

Reparto: Anemona Niculescu, Ioan Isaiu, Liviu Vârciu, Cristian Popa, Irina Mohora, George Mihăiță, Dana Măgdici

Categoría: Drama romántico

Número de capítulos: 115

Duración: 45 min

Número temporadas: 1

Idioma: Rumano

Sinopsis: Las gemelas Maria y Lorena (Anemona Niculescu) son idénticas, pero tienen personalidades completamente distintas, lo que les hizo llegar a puntos diametralmente opuestas en la vida. Lorena está casada con Octavian Bărbulescu (Ioan Isaiu), un hombre de negocios quién la adora y tienen juntos un niño, Silviu (Alexandru Chiru). Lo único que parece proyectar una sombra en la vida perfecta de Lorena es su suegra, Otilia (Olga Mateescu), quién vive con la joven familia Bărbulescu y detesta a su nuera. Otilia intenta separar a Octavian y a Lorena para que Ruxandra, su amiga y ex novia de Octavian se convierta en su nuera.

La otra hermana, María, es bailarina de striptease en un bar cuyo dueño, Alecu (George Mihăiță) no despreciaría ningún medio, por vil que fuera para seducirla. A pesar de tener una vida difícil, María consigue mantener su bondad en gran parte gracias a un amigo suyo, Remus, un transexual que le quiere más que nada en el mundo. El sufrimiento provocado por la pérdida de la persona amada, Octavian, a favor de su hermana y el dolor causado por la distancia entre ella y su hermana han conseguido conferirle un aire noble y misterioso, considerado irresistible por la mayoría de los hombres que se encuentra.

Una terrible tragedia que surgió inesperadamente en la vida de las dos hermanas hará a María descubrir que la vida de Lorena está lejos de ser perfecta, sino que atestada de secretos y de mentiras.

Página oficial: <http://secretul-mariei.webs.com>

Producción: Valeriu Lazarov

Productora: La Dolce Vita Productions e Intact Production

Distribudora: Antena 1

Fuente: <http://www.cinemagia.ro/filme/secretul-mariei-13632/> [Consulta: 16 diciembre 2013]

ANEXO 9

Los pecados de Eva (2005-2006)

Título original: *Păcatele Evei*

Dirección: Adrian Batista

Guión: Eugen Patriche

Reparto: Oana Zăvoranu, Alexandru Papadopol, Oana Pellea, Răzvan Vasilescu

Categoría: Drama romántico

Número de capítulos: 45

Duración: 60 min

Número temporadas: 1

Idioma: Rumano

Síntesis: Un mundo aparentemente fastuoso y elegante, pero que esconde terribles secretos y muchos pecados está comido por dentro por miedos y compromisos. Un mundo de la opulencia y de la felicidad ganada fácilmente, de los secretos vergonzosos que hacen que los fotomodelos se conviertan en prostitutas de lujo, donde el tráfico y consumo de drogas están dentro de la normalidad, mientras que la lucha incesable de los bandos intérlopes causa muchas víctimas son parte del paisaje en el que se construye la trama de la telenovela. En este contexto se desarrollan unas historias paralelas interesantes, cuyos protagonistas son Eva Cernat (Oana Zavoranu), Rebeca Alecu (Lili Sandu), Mihnea y Robert Nicolau (Alexandru Papadopol), Alexandru Damian (Razvan Fodor) e Ilinca (Xing Elena Ling). Eva Cernat está adoptada por la familia Alecu y, después de acercarse a la madre adoptiva está obligada regresar al orfanato en el momento cuando la señora Alecu muere dando a luz a Rebeca. Eva se convierte en la persona más temida del mundo de los negocios, siendo guapa, refinada y diabólica. “Los pecados de Eva” es una historia minuciosa de las confusiones, de los conflictos, del suspense llevado al extremo, del cómic de situación y de las revelaciones.

Página oficial: <http://www.pacateleevei.ro>

Producción: Ruxandra Ion

Productora: MediaPro Pictures

Distribudora: MediaPro Distribution

Fuente: <http://ro.mediapropictures.com/productii-tv/promance/prime-time-long-running-series/tv-pacatele-evei-3126116> [Consulta: 10 diciembre 2013]

ANEXO 10

Amor como en las películas (2006-2007)

Título: *Iubire ca în filme* (Adaptación de la telenovela mexicana *Como en el cine*)

Dirección: Iura Luncașu, Bogdan Dumitrescu

Guión: Simona Macovei, Sorina Ungureanu

Reparto: Adela Popescu, Dan Borceianu, Diana Dumitrescu, Steliana Bălăcianu, Nicoleta Luciu

Categoría: Drama romántico

Número de capítulos: 200

Duración: 60 min

Número temporadas: 2

Idioma: Rumano

Sinopsis: Ioana (Adela Popescu), una joven de 23 años, lleva una vida dura después de la muerte de sus padres. Ella ha tenido que tomar decisiones difíciles y hacer muchos compromisos para que a su hermana Raluca (Adina Galupa) no le faltara nada. Así, Ioana empieza a trabajar como animadora en un bar, escondiendo la verdadera fuente de los ingresos y fingiendo ser una prestigiosa psicóloga.

Ioana hace estos esfuerzos para que Raluca tenga la mejor educación, en el instituto para chicas, la única institución que cuenta con un colegio mayor, un lugar exclusivo y muy estricto. A pesar de sus esfuerzos, los problemas no tardan en aparecer en la vida de Raluca, una vez con el primer amor – Dragoș (Adrian Nicolae), un joven estudiante de Ciencias Políticas. Las cosas empiezan a complicarse cuando la mejor amiga de Raluca, Dana (Sabina Brinduse), también se enamora de Dragoș.

Ioana conoce a Ștefan (Dan Borceianu), el hijo de una familia rica, quién le pide su ayuda como psicóloga para poder salir de bajo la manipulación que su madre, Elvira (Cătălina Mustață) ejerce encima de él, sobre todo después de la muerte de su hermano gemelo, de la que le culpa. La idea de Elvira era casarle con Adina (Ștefana Samfira), quién lucha para alejar a su rival. Entre Ioana y Ștefan nace un amor como en las películas. Sin embargo, Ștefan se entera de la manera como Ioana gana su existencia, la verdad ocultada le hiere profundamente y decide separarse de ella. Un giro en el guión del modelo original mexicano hace que Bogdan (Dan Borceianu), el hermano de Ștefan aparezca. Ștefan muere como víctima de un crimen, en los brazos de su hermano, a

quién le pide que cuide a Ioana. Así, Bogdan y Ioana terminan casándose al final de la telenovela, venciendo todos los obstáculos.

Página oficial: <http://iubirecainfilme.ro>

Producción: Ruxandra Ion

Productora: MediaPro Pictures

Distribudora: MediaPro Distribution

Fuente: <http://www.mediapropictures.com/tv-productions/promance/prime-time-long-running-series/tv-a-movie-like-romance-3125980> [Consulta: 10 diciembre 2013]

ANEXO 11

La voz del corazón (2006)

Título original: *Vocea inimii*

Dirección: Mihai Bauman, Doina Zotinca

Guión: Gabriel Corrado

Reperto: Ioan Isaiu, Maria Dinulescu, Viorica Vodă, Alexandru Repan, Ion Dichiseanu, Olga Maria Mateescu

Categoría: Drama romántico

Número de capítulos: 162

Duración: 60 min

Número temporadas: 1

Idioma: Rumano

Sinopsis: Sidonia Banu (Maria Dinulescu) ha terminado la carrera e intenta encontrar un trabajo. Vive con su madre, Georgeta (Olga Delia Mateescu), una mujer calculadora, que quiere que su hija sea abogado o médico. Sidonia escoge desenvolverse por su cuenta. Se muda con su mejor amiga, Oana (Suzana Roșca) y empieza a trabajar de camarera. Su vida cambia cuando encuentra unas cartas de tarot que habían pertencido a su abuela y empieza a aprender a interpretarlas.

Bogdan Popovici (Ioan Isaiu) es hijo de un gran empresario. Su mujer murió en un accidente, él quedando viudo y con dos hijas gemelas para criar. Sidonia aparece en su vida en un momento triste para él, en el entierro de su padre, que había sido asesinado por intereses económicos ligados a la empresa familiar por encargo de su propio hermano y tío de Bogdan. Sidonia, que tenía formación de educadora infantil, acepta cuidar a las niñas, especialmente a Andreea, que sufría de autismo, lo que le atrae el odio de Eugenia (Viorica Vodă), la pareja actual de Bogdan. Con el paso del tiempo, Sidonia y Bogdan se enamoran y, a pesar de todos los problemas que enfrentan, acaban casándose y formando una familia feliz, junto a las niñas.

Página oficial: -

Producción: Valeriu Lazarov

Productoras: *La Dolce Vita Productions e Intact Production*

Distribudora: Antena 1

Fuente: <http://www.cinemagia.ro/filme/vocea-inimii-16165/> [Consulta: 16 diciembre 2013]

ANEXO 12

Daria, mi amor (2006-2007)

Título original: *Daria, iubirea mea*

Dirección: Alex Fotea, Sebastian Voinea

Guión: Eugen Patriche

Reparto: Victoria Raileanu, Adrian Stefan, Adrian Pintea, Andreea Bibiri, Alexandru Papadopol, Bebe Cotimanis

Categoría: Drama romántico

Número de capítulos: 120

Duración: 60 min

Número temporadas: 2

Idioma: Rumano

Presupuesto estimado: 200.000 RON (≈44.000 €)

Sinopsis: Dan Nichita (Adrian Ștefan) es un joven cantante de rock al que le gusta el éxito y aprecia los placeres de la vida, sobre todo los amorosos. Es de los que viven el momento, porque sabe que tiene detrás a un padre con poder, a Alexandru Nichita (Adrian Pintea), el dueño de una cadena de casinos – pero al que le gustaría que su hijo se volviera más responsable.

Dan se enamora de Daria (Victoria Răileanu), una joven huérfana que había terminado el instituto y quería convertirse en bailarina de danza clásica. Gracias a un hombre de buen corazón, Gicu Timofte (Sebastian Papaiani), el viejo bibliotecario del instituto, Daria vive en la biblioteca.

Desde que conoce a Dan, Daria se tiene que enfrentar a su amante oficial, Silvia Damian (Andreea Bibiri). Ella es diseñadora de moda sin éxito y está en búsqueda de apoyo financiero para lanzarse y Dan es el hombre perfecto para sus planes, por ser de familia rica. Alexandru Nichita se entera de que está enfermo de cáncer y quiere que su hijo herede los negocios de la familia. A partir de este momento se urden alrededor de Dan intrigas pensadas justo por su hermano e hijo adoptivo de Alexandru, Andi (Alexandru Papadopol). Además, Alice (Elvira Deatcu), la amante de Alexandru Nichita intenta tener un hijo con él para poder obtener parte de su fortuna.

En el desarrollo de estas intrigas peligrosas intervienen también otros, sobre todo Nicky Novac (Constantin Cotimăniș), dueño de un club que quiere llevar a cabo una venganza personal, declarando guerra en contra de la familia Nichita.

Página oficial: <http://dariaiubireamea.ro/>

Producción: Ruxandra Ion

Productora: MediaPro Pictures

Distribudora: MediaPro Distribution

Fuente: <http://www.mediapropictures.com/tv-productions/promance/prime-time-long-running-series/tv-daria-my-love-3422539> [Consulta: 12 diciembre 2013]

ANEXO 13

Los angelitos (2008-2009)

Título original: *Ingerasii*

Dirección: Bogdan Dumitrescu, Mihai Bratila, Vladimir Anton

Guión: Eugen Patriche, Georgiana Caraman

Reparto: Adela Popescu, Ioan Isaiu, Jennifer Dumitraşcu, Ionuţ Bora, Lili Sanboeuf

Categoría: Comedia romántico

Número de capítulos: 175

Duración: 60 min

Número temporadas: 2

Idioma: Rumano

Sinopsis:

Los angelitos es una comedia romántica sobre una mujer de carrera con dos niños graciosos y un marido que se ha convertido por casualidad en canguro. Lia Damian (Adela Popescu), una productora de éxito en un estudio de televisión, tiene un problema: necesita una canguro que aguante por más de un día a sus hijos.

Un encuentro inesperado con un joven ingeniero con mala suerte y que se ha quedado sin trabajo le determina tomar la más inesperada decisión de su vida: contratar a un canguro hombre. Aunque al principio Tudor Apostol (Ioan Isaiu) no esté convencido de que ser canguro es la mejor solución para su futuro, el acepta aún así mudarse en la casa de Lia, más que nada para ofrecer un techo temporario a su hija, Mirela (Lili Sanboeuf). Tudor y Lia aprenderán juntos que cuando todo va mal, hay que confiar en el poder de “los angelitos”, que crean un mundo divertido en el que las bromas, la alegría y el amor son las ventajas que ellos saben usar como si fueran superpoderes.

Página oficial: <http://ingerasii.acasatv.ro>

Producción: Ruxandra Ion

Productora: MediaPro Pictures

Distribudora: MediaPro Distribution

Fuente: <http://www.mediapropictures.com/tv-productions/promance/prime-time-long-running-series/tv-little-angels-3423642> [Consulta: 15 diciembre 2013]

ANEXO 14

Corazón de gitano (2007-2008)

Título original: *Inima de tigan*

Dirección: Iura Luncașu, Sebastian Voinea, Alexandru Fotea

Guión: Sorina Ungureanu, Simona Macovei

Reparto: Andreea Pătrașcu, Denis Ștefan, Gheorghe Dinică, Marin Moraru, Florina Cercel, Gheorghe Visu, Carmen Tănase, Florin Zamfirescu

Categoría: Drama romántico

Número de capítulos: 155

Duración: 45 min

Número temporadas: 2

Idioma: Rumano

Sinopsis: Codruț (Denis Ștefan) e Irina (Andreea Pătrașcu) se quieren desde el momento cuando se conocieron y los dos sueñan con una vida feliz y con tener una familia. Pero Codruț es gitano. A pesar de que haya estudiado y haya llegado a ser médico del servicio de emergencias médicas, todavía se enfrenta a los prejuicios de los rumanos, porque los gitanos están generalmente etiquetados como desconfiables. A pesar de estos prejuicios, Codruț es orgulloso de sus orígenes. Su padre, Aurică Fieraru (Gheorghe Dinică) es *bulibașa* (jefe) del campamento de los gitanos, no tiene estudios pero sí tiene la escuela de la vida. Es tradicionalista y nunca concebiría que su hijo se casara con una rumana.

Por otro lado, Irina es una chica inteligente que viene de una familia rica de rumanos. Su padre, Gigi Dumbravă (Florin Zamfirescu), ha construido un verdadero imperio de riquezas con la esperanza que su hija se casaría con Luca –el yerno perfecto– y que juntos serían los herederos de su fortuna. Gigi tampoco permitiría que su hija se casara con un gitano.

Lejos de estos problemas y prejuicios de las familias, Irina y Codruț son felices juntos. Todo hasta que un día, cuando él se entera de que, según las leyes gitanas, se tiene que casar con Roza (Nicoleta Luciu), una gitana muy guapa, educada en París. Roza es la hija de State Potcovaru (Gheorghe Visu) –hermano de sangre de Aurică.

State regresa de Francia con su esposa, Flacăra (Carmen Tănase), su hija adoptada Minodora (Doinița Oancea) y su guardaespaldas marroquí para preparar la boda.

Para defender a su amor, Codruț se resiste a las tentaciones de Roza y le devuelve a su padre sin haberle tocado. Su gesto es considerado altamente ofensivo y tiene que ser vengado con sangre, para que la maldición no tenga repercusiones en los herederos. Aurică está listo de sacrificarse para descartar la vergüenza y para proteger a su hijo y al pueblo.

Página oficial: <http://www.inimadetigan.ro>

Producción: Ruxandra Ion

Productora: MediaPro Pictures

Distribudora: MediaPro Distribution

Fuente: <http://ro.mediapropictures.com/productii-tv/promance/prime-time-long-running-series/tv-inima-de-tigan-3125431> [Consulta: 10 diciembre 2013]

ANEXO 15
***Regina* (2008-2009)**

Título original: *Regina*

Dirección: Iura Luncașu, Alexandru Fotea, Larry Maronese

Guión: Sorina Ungureanu, Simona Macovei

Reparto: Diana Dumitrescu, Bogdan Albuлесcu, Dan Condurache, Nicoleta Luciu, Augustin Viziru

Categoría: Drama romántico

Número de capítulos: 160

Duración: 45 min

Número temporadas: 2

Idioma: Rumano

Presupuesto estimado: 2.000.000 \$

Sinopsis: *Regina* es una producción que sigue la historia de “Corazón gitano” a través de otra historia, en la que las intrigas se perpetúan. Dos mundos llevan mucho tiempo enfrentándose en el universo de los gitanos: por un lado, los gitanos tradicionalistas y por otro lado, aquellos que perdieron su identidad. El equilibrio está a punto de romperse cuando Don Antonucci (Dan Condurache), el colega secreto de State Potcovaru (Gheorghe Visu) se establece en el campamento con su familia. Su pasado como traficante de mujeres, drogas y armas queda escondido y nadie se imagina cuáles son las verdaderas razones que le determinaron volverse a Rumania.

En la misma atmósfera tradicional del campamento, Regina (Diana Dumitrescu) aparece en la escena como hija adoptiva de Don Antonucci (Dan Condurache), un gitano cuyo pasado fue manchado por actividades ilegales en el extranjero, como el tráfico de droga y de seres humanos. El es amigo de State Potcovaru (Gheorghe Visu), al que recordamos de *Corazón de gitano* como el padre de Roza, la chica educada en París que le había sido prometida según las leyes gitanas a Codruț, el protagonista de la telenovela. Don Antonucci viene desde París junto con su familia para instalarse en el campamento cuyo jefe era Aurica Fieraru (Gheorghe Dinica), el padre de Codruț (Denis Ștefan). Regina, la hija adoptiva de Don, se hace remarcar de inmediato en el campamento a través de su belleza, pero también de su comportamiento salvaje que

contrasta con su aspecto físico. Su cabello de color rubio y sus rasgos que no son típicos de gitana podrían determinar su confusión con una rumana, si no fuera por su forma de vestir tradicional. Más allá del contraste, ella esconde un secreto bajo la forma de un medallón.

El poder del amor, cuya fuerza es exaltada en esta telenovela, fomenta el cambio que experimenta Regina, que pasa de ser una persona introvertida a una mujer amable y llena de vida, gracias a los sentimientos que nutre por Cosmin (Bogdan Albu), un gitano que buscó cobijo en el campamento después de haber salido de prisión. Desde el principio, la atracción entre Regina y Cosmin es magnética. A través de su determinación y sangre fría, Cosmin consigue convencer a Don Antonucci de su valor y este le ofrece trabajar por él, sin saber que su acercamiento a la familia determinaría la aparición de sentimientos entre su empleado y su hija. El amor de los dos está dificultado por las mismas tradiciones gitanas, Regina habiendo sido prometida por Don a su hijo legítimo, Armando (Augustin Viziru), desde que este tenía 14 años. El conflicto que se genera entre Armando y Cosmin por el amor de Regina determina una serie de enredos, que complican la trama de la historia, que al final concluye con el matrimonio de los jóvenes.

También nos reecontramos con Gigi Dumbrava (Florin Zamfirescu), el padre de (Andreea Pătrașcu), ya recuperado de su operación de trasplante de corazón. Él no renunció a su lucha en contra de los gitanos, volviéndose todavía más radical, a pesar de que en su pecho latiera el corazón de un gitano que fue el hermano de Codruț. Su convicción de que su hija hizo un gran error al casarse con un gitano, sigue también a lo largo de los capítulos de la telenovela *Regina*.

Página oficial: <http://regina.acasatv.ro>

Producción: Ruxandra Ion

Productora: MediaPro Pictures

Distribudora: MediaPro Distribution

Fuente: <http://www.mediapropictures.com/tv-productions/promance/prime-time-long-running-series/tv-regina-3422519> [Consulta: 12 diciembre 2013]

ANEXO 16
***Aniela* (2009-2010)**

Título original: *Aniela*

Dirección: Iura Luncașu, Alex Fotea, Bogdan Dumitrescu, Mihai Brătilă

Guión: Sorina Ungureanu, Simona Macovei

Reparto: Adela Popescu, Mihai Petre, Sabina Posea, Bogdan Albulescu, Dan Condurache, Diana Dumitrescu, Nicoleta Luciu, Emil Măndănac, Gheorghe Dinică

Categoría: Drama romántico

Número de capítulos: 111

Duración: 90 min

Número temporadas: 2

Idioma: Rumano

Presupuesto estimado: 5.000.000 €

Sinopsis: Aniela Elefterios (Adela Popescu) soñaba con una vida perfecta que iba a empezar con el momento de convertirse en la esposa de un joven de familia noble, el Príncipe Mihail (Emil Mandanac). Pero el destino le da un golpe cuando su padre, Ianache Elefterios (Aurel Dicu), se suicide por culpa de las deudas acumuladas jugando a las cartas. Su acción es el punto de partida de las desgracias de la familia Elefterios, madre e hija, cuyos sueños de casarse con un hombre de familia noble se derrumban de un día para el otro. Ante esta situación, Aniela tiene que enfrentarse a la realidad: todas las puertas se le cierran por delante y su idea de convertirse en la mujer de un príncipe es inalcanzable sin una dote adecuada. Ante el peso de las agudas críticas de la sociedad en contra de su familia, Maruca Elefterios (Ana Ciontea), la madre de Aniela, se sacrifica y hace un gesto desesperado, vendiendo las propiedades que le quedaban a un trepador rico, Dumitru “Mitică” Lăptaru (Ioan Isaiu), como último esfuerzo para conseguir dinero para una vida tranquila en un monasterio.

En su deseo de llegar a ser aristócrata, Mitică intenta asociarse a un nombre famoso de la época – Iorgu Vulturesco (Dan Condurache), visto como un modelo de la sociedad de aquellos tiempos: vive en un palacio, es dueño de muchas propiedades y poseedor del monopolio del petróleo del Reino. Pero detrás de la vida perfecta de Iorgu se esconden secretos, siendo dominada por infidelidades y traición. Aunque la relación

de Iorgu con su mujer Eufrosina (Dana Dembinski) fuera considerada un ejemplo para la sociedad, ella tiene una relación con Aleco Calofesco (Alexandru Papadopol), periodista y el mejor amigo de Iorgu. Ersilia (Alina Grigore), la hija de la pareja Vuturesco está enamorada irremediablemente de su profesor de piano Titi Mariatti (Ruslan Rotaru), que pertenece a la clase social pobre, lo que hace que su historia de amor se convierta en una trágica.

La malcriada y caprichosa Polixenia (Diana Dumitrescu), la hija de Mitică persigue el mismo objetivo a través de su alianza matrimonial con el hombre más deseado de Bucarest, Radu Vulturesco (Mihai Petre) – un oficial del ejército digno del Regimiento de la Princesa Heredera. Su lógica se basa en el principio que el dinero puede comprar la felicidad y, por lo tanto, el dinero de su padre serviría para satisfacer su deseo.

Radu Vulturesco (Mihai Petre), un oficial del ejército digno del Regimiento de la Princesa Heredera cree en el amor y tiene la valentía de enfrentar los rigores impuestos por los tiempos en los que vive. El se enamora de la pureza y de la inocencia de Aniela, la chica educada y sensible y se atreve a enfrentar los prejuicios de la sociedad, sin tener en cuenta las reglas estrictas conforme a las que a un oficial no le era permitido el matrimonio con una chica sin dote. Tras vencer muchos obstáculos, termina casándose con ella, la boda de los dos constituyendo el final feliz de la telenovela.

Página oficial: <http://aniela.acasatv.ro>

Producción: Ruxandra Ion

Productora: MediaPro Pictures

Distribudora: MediaPro Distribution

Fuente: <http://ro.mediapropictures.com/productii-tv/promance/prime-time-long-running-series/tv-aniela-4975237> [Consulta: 16 diciembre 2013]

ANEXO 17

El honor de amar (2010-2011)

Título original: *Iubire și onoare*

Dirección: Iura Luncașu, Alex Fotea, Bogdan Dumitrescu, Camelia Popa, Adrian Tapciuc

Guión: Simona Macovei, Irina Ungureanu

Reparto: Mădălina Drăghici, Radu Vâlcă, Diana Dumitrescu, Augustin Viziu, Adela Popescu, Maia Morgenstern, Marin Moraru, Costel Constantin, Virginia Rogin, Dan Condurache, Cristina Ciobanasu

Categoría: Drama romántico

Número de capítulos: 140

Duración: 60 min

Número temporadas: 2

Idioma: Rumano

Sinopsis: *El honor de amar* trae a colación un tema nuevo para una telenovela: el de los crímenes cometidos en el nombre del honor. Ilinca (Mădălina Drăghici), que es rumana, es una chica moderna que sueña con una carrera exitosa y quien tiene altas aspiraciones en la vida. Ella cree que el amor verdadero se puede alcanzar también en la realidad y no solo en los cuentos. Ella tiene una relación con joven bucarestino, Cătălin, a quién le gusta vivir la vida intensamente. Se trata de un hombre al que siempre le gustó desenvolverse por su cuenta, tener dinero y estar rodeado de amigos influyentes. Con el tiempo, Ilinca se da cuenta de que su relación con Cătălin no es lo que busca en realidad y que no es nada más que un compromiso.

Cuando menos se lo espera, Ilinca encuentra a Amir (Radu Vâlcă) un jeque misterioso, pero fascinante, rico y atrayente quién le cambia el destino. Amir empieza una nueva vida, desafiando las tradiciones del mundo en el que vive, pero también el recuerdo de un amor pasado. Beled el Noor, que es la tierra de Amir es gobernado según leyes escritas y no escritas de las tradiciones. Una de ellas permite que el “crimen de honor” se lleve a cabo en el caso en el que una mujer transgrede la ley islámica. En este caso, la propia familia mata a la mujer, para salvar su honor. Ilinca encuentra a Amir en un club

de Bucarest, que es el momento cuando los dos se dan cuenta de que fue el destino quién les hizo encontrar.

Pero pronto, los jóvenes se dan cuenta de que el cumplimiento del sueño de quedarse juntos está dificultado por una serie de obstáculos. Aziz (Augustin Viziru), el hermano de Amir, obsesionado por tener el control de los negocios de la familia, lucha para apartarle del poder y quedarse con la empresa de diamantes. A su vez, el padre de Amir, el emir Hussein desea que su hijo contraiga matrimonio con una mujer de su misma religión.

Por otro lado, la madre de Ilinca está en contra de la relación de su hija con un hombre musulmán, porque sabe que una mujer que entra en una familia guiada por los principios religiosos islámicos está obligada a vivir según leyes estrictas, escritas y no escritas, que le limitan la libertad y hasta le amenazan la vida.

Sin embargo y a pesar de todos los obstáculos, Ilinca y Amir consiguen hacer realidad su sueño nutrido desde su primer encuentro.

La telenovela cuenta la historia de amor entre dos jóvenes pertenecientes a dos mundos opuestos – dos almas gemelas separadas por tradiciones, religiones, secretos y traición.

Página oficial: <http://iubiresionoare.acasatv.ro>

Producción: Ruxandra Ion

Productora: MediaPro Pictures

Distribudora: MediaPro Distribution

Fuente: <http://ro.mediapropictures.com/productii-tv/promance/prime-time-long-running-series/tv-iubire-si-onoare-7619354> [Consulta: 16 diciembre 2013]

ANEXO 18

Las hijas del marinero (2008-2009)

Título original: *Fetele marinarului*

Dirección: Mihai Bauman, Sebastian Voinea, Valentin Hotea

Guión: Mimi Branescu, Dan Chiriac

Reparto: Șerban Ionescu, Gabriel Sandu, Corina Moise, Alexandra Murăruș, Andreea Perju, Cecilia Barbora, Magda Catone, Manuela Hărăbor

Categoría: Drama romántico

Número de capítulos: 70

Duración: 45 min

Número temporadas: 1

Idioma: Rumano

Presupuesto estimado: 1.700.000 € invertidos sobre el total de 3.500.000 € propuestos inicialmente

Sinopsis: En el día de la muerte de su madre, la marroquí Jamila (Corina Moise) se entera de que es la hija de un marinero rumano, Amza Trifan (Serban Ionescu) – quién había llegado al puerto de Tánger hacía casi 30 años – y que tiene dos hermanastras. Una en Valencia, España y la otra en Odessa, Ucrania. Jamila promete a su madre vengar su vida desperdiciada por haber tenido una hija fuera del matrimonio, lo que según las leyes musulmanas está condenado a desprecio y a marginalización. Jamila entierra a su madre, se va de Marruecos, encuentra a sus hermanastras y las convence ir a Bucarest. Jamila llega a infiltrarse en la casa de su padre, sin que éste se de cuenta de su identidad. Las chicas son, a su vez, hijas de mujeres con las que el marinero tuvo relaciones pasajeras, a las que prometió que iba a volver, pero nunca lo hizo. Sus hijas, que no tenían conocimiento una de la otra tenían muchas cosas en común y a parte de tener el mismo padre, el hecho de haber sido concebidas en puertos. Amza Trifan, el que una vez fue marinero es ahora un próspero hombre de negocios quién ha enterrado su pasado y quiere entrar en la política. Para este fin necesita que su hijo, Călin (Cristian Popa) gestione sus negocios. Quiere casarle con Iulia (Alexandra Murăruș), la hija de una pareja de enriquecidos, Nela și Stelian Bratosin (Magda Catone y Alexandru Georgescu), esperando que su hijo rebelde se alejaría así de la atención de la prensa. Pero Călin se enamora de una chica sencilla, Iris (Cristina Călin) estudiante de medicina, a la que accidenta con el coche, desde el primer capítulo de la telenovela.

A pesar de sus esfuerzos para aparentar limpio, Amza Trifan está bajo la observación del procurador anticorrupción, Tudor (Andrei Araditz), que anqueta los negocios sucios de la compañía Trifan. Aunque cuente con la ayuda de un consejero de imagen, la nueva prestación de Trifan no logra convencer al procurador, quién sigue investigando su empresa. Si el secreto de su pasado como marinero mujeriego queda enterrado, sobre su vida como empresario lo sabe todo su rival, Damian Postelnicu (Șerban Celea). En los tiempos pasados, su peor enemigo había sido su mejor amigo, quién había ayudado a Amza en un momento crucial, cuando perdió a su primera mujer y a su hija en un naufragio en el Mar Negro. A la raíz del conflicto entre ellos no fueron los negocios, sino que el haber compartido una misma mujer, a la actual esposa de Amza, Virginia (Manuela Hărbor).

Seguida por sus dos hermanas, Alesia y Vera, Jamila se muda en Bucarest, infiltrándose en la casa de la familia Trifan, sin que nadie conociera su verdadera identidad. No duda en manipular a sus dos hermanas, aprovechándose de la naividad de Alesia, a quién convence traer a su novio español, a Manuel García, con la idea de utilizarlo para alejar a Iulia Bratosin, la pareja de Călin.

Por querer descubrir lo que está a la base de la rivalidad entre Trifan y Postelnicu, Jamila echa a Vera en los brazos de éste último. Damian contrata así a la ucrania en una de sus empresas. Cuando Toma (Radu Zetu), el hombre de confianza de Postelnicu se da cuenta de las intenciones de Vera, empieza a chantajearla. Ella se convierte en su amante, pero cuando el doble juego se descubre, Postelnicu le pide a Toma que la elimine. Sin embargo, Toma se había enamorado de la ex fotomodelo. Jamila pide ayuda a la madre de Vera, Tania Babkin (Cecilia Barbora), para resolver el problema. Sin embargo, la presencia de Jamila en la casa de Trifan y la ola de problemas que se genera llaman la atención al procurador Tudor, quién empieza a interesarse por la joven marroquí, de la que se enamora perdidamente.

Página oficial: -

Producción: Giuliano Doman

Productora: Intact Production y Tandem Film

Distribudora: Antena 1

Fuente: http://www.imdb.com/title/tt1820924/fullcredits?ref_=tt_cl_sm#cast [Consulta: 17 diciembre 2013]

ANEXO 19

Narcisa salvaje (2010-2011)

Título original: *Narcisa sălbatică*

Dirección: Mihai Bauman, Sebastian Voinea, Catrinel Danaiața

Guión: Gabriel Corrado

Reparto: Alina Pușcaș, Ilinca Vandici, Tania Budi, Bianca Drăgușanu, Vladimir Drăghia, Andrei Araditz, Gabriel Duțu

Categoría: Drama romántico

Número de capítulos: 141

Duración: 40 min

Número temporadas: 2

Idioma: Rumano

Presupuesto estimado: 70.000 €

Sinopsis: *Narcisa Salvaje* cuenta la historia de amor entre Narcisa (Alina Pușcaș), una chica pobre y Tudor (Gabriel Duțu), un abogado con fama y profesor universitario. Narcisa vive con su abuela en condiciones precarias en un pueblo. Se quedó huérfana de madre y de su padre no sabía casi nada. Para ayudar con los gastos de la casa, la chica trabaja como modelo para un escultor del pueblo, que la paga bastante bien. En un cierto punto, las vidas de los protagonistas empiezan a tomar un camino común, dando lugar a una serie de situaciones inesperadas.

El desencadenante de la historia es una provocación: un trágico accidente, que cambia a vida a los personajes. Un día, Tudor, un abogado exitoso con una buena situación financiera se va de vacaciones con su familia. El día termina de manera trágica, cuando el coche en el que viajaban se cae a un abismo. El destino lleva a Narcisa en el medio de este infeliz evento. Ella es la salvadora de Tudor y de sus tres hijos, que son víctimas de un accidente en el primer capítulo de la telenovela. En el mismo accidente, Carolina (Tania Budi), su esposa, pierde la vida. Tudor es un abogado, padre de tres hijos de su primer matrimonio. Tiene una empresa junto a su socio, Cristian (Andrei Aradits), quién pretende ser su mejor amigo, aunque el hilo narrativo demuestre lo contrario, mediante la técnica del *flashback*: Cristian había sido el amante de la mujer de Tudor, que perdió su vida en el accidente. A medida que la historia avanza, superando los obstáculos impuestos por el guión, a lo largo de las dos temporadas de la telenovela, el “destino”

hace que ella se convierta en esposa de Tudor y en madre de su hijo.

La primera temporada configura la relación entre Narcisa y Tudor, empezando por un intercambio de favores surgidos de cuestiones de vida o de muerte, que marcan el dramatismo de la telenovela. Si Narcisa salva la vida de Tudor y de sus hijos, su acción será recompensada a través del apoyo que Tudor, agradecido, le ofrece como abogado, consiguiéndole la libertad condicional de la prisión a la que ella había sido condenada por haber matado al escultor Octavian Kozoc (Ion Haiduc), el escultor para quién ella trabajaba como modelo – crimen que no había cometido. Así, Narcisa acaba viviendo en la casa de Tudor, bajo cuya tutela quedó durante su libertad condicional. Tudor consigue convencerla de retomar sus estudios para obtener el diploma de bachillerato y después estudiar el derecho, lo que le permitirá más adelante, en la segunda temporada, encargarse de los asuntos de su gabinete de abogados. La convivencia en la misma casa hace que los dos se enamoren y que decidan casarse, a pesar de las intrigas de Elisa, la cuñada de Tudor, que llega a vivir a su casa después de la muerte de su hermana para hacerse cargo de sus sobrinos, pero que acaba enamorándose de él, convirtiéndose en la rival de Narcisa.

Cuando llega el momento de la boda, la acción se precipita y Cristian, el falso amigo de Tudor interviene como chófer del coche que iba a llevar a Narcisa a su boda para raptarla y llevarla fuera de la ciudad y fingir un accidente. Tudor llega al lugar donde Cristian había llevado a Narcisa y arregla cuentas con él. En el último momento, Tudor salva a Narcisa y los dos se alejan del coche equipado con una bomba, que explota. Pocos segundos antes de la explosión y ante la inminencia de ir en prisión, Cristian se acerca al coche y aparentemente así encuentra su fin, aunque, más adelante, su figura maligna vuelva a aparecer en la telenovela, para generar nuevos problemas. El final de la primera temporada presenta a los dos enamorados en una habitación de hotel, bebiendo champán. También este momento es dominado por tensión, porque el espectador omnisciente llega a saber que el contenido de la botella había sido envenenado por el mismo Cristian, con la ayuda de un camarero.

La segunda temporada, sigue enfocada en la historia de amor entre Narcisa y Tudor. Además de nuevos personajes que se suman al hilo narrativo, creando ramificaciones, algunos de los personajes que estaban en un segundo plano durante la primera temporada llegan a actuar en primer plano. Por ejemplo, un nuevo personaje está representado por el actor Denis Ștefan, que se volvió célebre actuando como protagonista de la telenovela *Corazón de gitano* (2007) donde interpretaba al médico

Codruț Fieraru, de etnia gitana, quién se enamora de una rumana rubia de la alta sociedad. También fue presente en la producción *spin-off*, *Regina* (2008). En la telenovela *Narcisa la salvaje* el actor cambia de registro, interpretando esta vez un papel negativo – el de Alexandru, un abogado intrigante.

Página oficial: -

Producción: Giuliano Doman

Productora: Intact Production y Tandem Film

Distribudora: Antena 1

Fuente: <http://www.cinemagia.ro/filme/narcisa-salbatica-566462/> [Consulta: 17 diciembre 2013]

ANEXO 20

Narcisa. Amores ilegales (2011)

Título original: *Narcisa. Iubiri nelegiuite.*

Dirección: Mihai Bauman, Cristian Bucse

Guión: Gabriel Corrado

Reparto: Alina Pușcaș, Ilinca Vandici, Tania Budi, Bianca Drăgușanu, Vladimir Drăghia, Andrei Araditz, Gabriel Duțu

Categoría: Drama romántico

Número de capítulos: 36

Duración: 40 min

Número temporadas: 1

Idioma: Rumano

Sinopsis:

En la nueva producción, Narcisa (Alina Pușcaș) se convierte en madre desde el primer capítulo, pero pasa al segundo plano, junto a Tudor (Gabriel Duțu), quién se está recuperando de la coma provocada por el envenenamiento con champán causado por su socio de la empresa, Cristian (Andrei Araditz).

En cuanto a los demás personajes de *Narcisa. Amores ilegales*, la vida de algunos cambia radicalmente: Cristian rompe otro corazón, el de la procuradora Angela Istrate (Ilinca Vandici), mientras que los destinos de otros personajes ya conocidos por el público aparecen en primer plano. La pareja Emil (Vladimir Drăghia) – Manuela (Antonia Ionescu) se convierten en protagonistas principales. Emil es un abogado de la empresa de Tudor y Cristian, donde trabaja también Narcisa, después de finalizar sus estudios de derecho. Emil, que tenía una relación con Manuela, la mujer de Cristian, fue acusado de haber asesinado a Irina, su ex mujer, cuando ella intentaba confesarle a Cristian lo que sabía. Emil estuvo en prisión por aquel delito. El padre de Irina (Daniela Petrovici) siguió buscando la venganza y consigue infiltrarse en la casa de la pareja a través de Adina (Alma Căldare), una joven amiga de Irina, desconocida por Emil. Dolida por la desaparición de su amiga de la infancia, ella acepta ser parte del plan del padre de Irina y llega a trabajar como canguro para el hijo pequeño de Emil y de Manuela y que consigue seducir a Emil, pero termina enamorándose verdaderamente de él. Manuela les encuentra juntos y se consuela en los brazos del director de películas

Iacob (Daniel Popa), al que había conocido en un curso de teatro.

Por otro lado, también en el primer capítulo de *Narcisa. Amores ilegales* aparece Eva Maria (Ioana Alexandra Picoș), otra joven abogada de la misma empresa, ya conocida por *Narcisa la salvaje*, quién descubre que su pareja le estaba engañando. El choque provocado por la vista de Alexandru –interpretado por el actor Denis Ștefan que había actuado también en *Corazón de gitano*– junto a su amante lleva a un accidente cuya víctima es Radu (Alexandru Ion), que tras el suceso se queda ciego. Eva Maria y Radu, jóvenes licenciados contratados por el gabinete, llegan a trabajar junto a Narcisa y Emil en un proyecto, sin que Radu supiera que Eva le había accidentado. Los dos se enamoran, pero el peso de la culpa no le permite a Eva confesarle la verdad sobre el accidente. También llega a la misma empresa Dan (Andrei Bogdan Roșu), el sobrino de Mioara (Magda Catone), la criada de Tudor, quién se enamora de Valentina (Roxana Caraiman), la secretaria del gabinete.

En el último capítulo, la acción se precipita. Los antiguos socios del gabinete de abogados, Tudor y Cristian tienen una última confrontación, durante la que el bien vence y el mal está castigado. Cristian muere, bajo las miradas de la que había sido su amante, Angela y a quién intentó asesinar antes de arreglar cuentas con Tudor. Algunos meses después, Angela da a luz al hijo de Cristian. Adina, la canguro amante de Emil acaba en prisión, siendo acusada de haber participado en el rapto de Teodora, la hija de Narcisa y de Tudor. Emil también recibe su castigo. Tras estar en coma durante 6 meses por envenenamiento y tras una operación difícil de la que se recupera, él llega a saber que Manuela se casó con Iacob y que la pareja espera un hijo. Radu recupera la vista tras una operación y se queda con una prima lejana, quién había estado enamorada de él desde su infancia y quién le cuidó mientras estuvo ciego. Eva se va con Alexandru a Alemania, renunciando para siempre a su amor por Radu. La última escena muestra a Radu encontrando por internet la imagen de mujer que más quiso y a la que había sido incapaz de ver: Eva Maria, quién era la misma mujer que le había accidentando y a quién más odiaba y a quién acaba perdonando, en el nombre del amor.

Página oficial: <http://iubirinelegiuite.a1.ro>

Producción: Giuliano Doman

Productora: Intact Production y Tandem Film

Distribudora: Antena 1

Fuente: <http://iubirinelegiuite.a1.ro/poveste> [Consulta: 17 diciembre 2013]